الإعداد والتقديم
الإذاعي والتلفزيوني



رستم أبو رستم
محاضر ومدرب
فنون التلفزيون

دار المعتز
للنشر والتوزيع



الاعداد والتقديم

الاذاعي والتلفزيوني

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2016/12/5542)

302.2 أبو رستم، رستم محمود
الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيون / رستم محمود أبو رستم .-
عمان: دار المعتز
ر.إ: (2016/12/5542)
الواصفات:/ وسائل الإتصال // الإذاعة // التلفزيون/

يتحمل المؤلف كامل المسؤلية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية.

الطبعة الأولى
٢٠١٧م -١٤٣٨هـ

دار المعتز للنشر والتوزيع

الأردن- عمان- شارع الملكة رانيا العبدالله- الجامعة الأردنية
عمارة رقم ٢٣٣ مقابل كلية الزراعة الطابق الأرضي
تلفاكس: ٠٠٩٦٢ ٦ ٥٣٧٣٠٣٥ ص.ب: ١٨٤٠٣٤ عمان: ١١١١٨ الأردن

الاعداد والتقديم

الاذاعي والتلفزيوني

رستم ابورستم

محاضر ومدرب

فنون تلفزيون

الطبعة الأولى

2017 م - 1438 هـ

دار المعتز للنشر والتوزيع

الفهرس

المقدمة

كثيرة هي المراجع التي تتحدث عن الإذاعة والتلفزيون وقليلة هي المراجع والكتابات المتخصصة في هذا المجال... وحتى هذه القليلة ليست سوى تجميعا لعدد من المراجع أو المواد المتناثرة هنا وهناك غير أنني في هذه السطور المتواضعة رأيت أن أضع بين يدي القاري ماقمت به من بحث في هذا المجال.

وتعتبر هذه السطور طريق البداية التي تتم عبر التزود بالمعرفة والانتهال من مختلف الثقافات فالمعد الجيد هو المعد القارئ المشاهد المستمع والمطّلع على مختلف التجارب.. ... وهو - المعد الجيد - من قرأ اللغة جيدا وامتلك حصيلة عالية من المفردات وقبل ذلك امتلك أفقا واسعا ومقدرة على الحياد وسلوك خط القيم الإنسانية التي ترى الخطأ خطأ ولو عليه والصواب صوابا ولو عليه.

والإعداد رسالة وهدف ورؤية قبل أن يكون اسما يتصدر قائمة الأسماء في مقدمات وشارات البرامج وهو القاعدة التي يبتدئ منها البناء لكل مادة تلفزيونية أو إذاعية والفرد الأساسي في كل عمل يخص الجهازين ومن ثم يأتي دور التقديم وكيفية توصيل الافكار والرسائل من خلال المذيع الاذاعي او التلفزيوني في البرامج المختلفة سواء المسجلة او التي تكون مباشرة.

وقد جاء هذا الكتاب في ثلاثة اقسام :

القسم الاول:اعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية

القسم الثاني : اعداد وتحرير الاخبار في الاذاعة والتلفزيون

القسم الثالث :التقديم والمذيع

القسم الاول

اعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية

اعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية

مدخل

يكتسب الإعداد الإذاعي والتلفزيوني أهمية خاصة باعتباره اللبنة الأولى التي يبدأ منها البناء القاعدي للمادة المسموعة أو المرئية وباعتباره الشكل الأساسي لتلك المادة والتي تنبني عليها فيما بعد كل التصورات والخاصة بخروج المادة الإذاعية أو التلفزيونية للنور فأي عمل يبدأ عادة بمعد البرنامج والذي يجب أن تتوافر فيه مجموعة من الصفات التي تميزه عن غيره من زملاء المهنة اللذين يتكاملون لإخراج العمل بشكله النهائي أمام المستمع أو المشاهد فالمادة الإذاعية أو التلفزيونية هي دائما نتاج عمل تتكامل فيه الجهود الإبداعية لفريق عمل من المعدين والفنيين والمخرجين شأنه شأن التشييد العقاري ففي عالم العقار مثلا يكتمل البناء بجهود فريق تتعدد فيه التخصصات من استشاري ورسام خرائط وبناء وفنيو مصانع الأسمنت والطوب وبناء وصباغ ونجار وفني ديكور وكهربائي وحداد وعمال وسائقين و..... الخ من مختلف التخصصات التي تتكامل لإخراج المبنى بصورته النهائية التي تمكن من استخدامه لمختلف الأغراض التجارية والسكنية والصناعية والزراعية وغيرها من أوجه الاستعمال وهو كالزراعة التي تحتاج جهود فنيي الحفريات والأسمدة والزراعيين وفنيو السقاية والعمال وما إلى ذلك من التخصصات

والمادة الإذاعية والتلفزيونية شأنها شأن أي عمل حياتي لاتكتمل إلا بتضافر جهود جماعية كل في تخصصه فمثلا المادة الإذاعية في الغالب تحتاج إلى ـ معد / مهندس صوت ـ مذيع ـ مخرج ـ منسق ـ مهندس بث ـ طابع ـ مدقق لغوي ـ لجنة رقابة ـ فني مونتاج إذاعي.

وتحتاج المادة التلفزيونية في الغالب إلى ـ معد أو كاتب سيناريو ـ طابع - مصور مونتير ـ مخرج ـ مهندس إضاءة ـ مهندس صوت ـ ماكيير ـ مدير إنتاج ـ سائق ـ مساعد مصور ـ مساعد مخرج ـ مخرج منفذ ـ مساعدو إضاءة وصوت ـ فني غرافيك ـ لجنة

رقابة ـ موظف بدالة ـ منفذ هواء ـ مؤلف موسيقى ـ فني بث ـ مهندس وعمال ديكور- ماكيير – كوافير- متابع نص -

هذه بعض ملامح الفريق الذي يحتاجه العمل الإذاعي والتلفزيوني والأعداد تزيد وفقا لنوع البرنامج وتقل بقدر الرسم الإنتاجي بما يعني أن الدقائق المعينة التي يستمتع بها المشاهد بالضغط على الريموت أو المستمع بالضغط على مفتاح تشغيل موجة الراديو تكون دائما نتيجة عمل جماعي كبير تبذل فيه جهودا غير عادية لإيصاله بالحالة التي يستقبلها المشاهد أو المستمع الإعداد دائما هو الرقم الأساسي التي لايمكن الاستغناء عنه ولا البداية بغيره في أي عمل إذاعي أو تلفزيوني ، وحتى في آلية الإنتاج المقلوب التي ينتهجها بعض المخرجين أحيانا بتصوير مادة معينة قبل اللجوء لمعد أو كاتب سيناريو لوضع تلك الصورة في قالب تلفزيوني معين تجعل الصورة خرساء بلهاء حتى يتم وضع السيناريو أو المادة الإعدادية المصاحبة لها بواسطة المعد أو كاتب السيناريو وهي ما تعرف اصطلاحا بالتفصيل أو الترقيع لأن المعد أو كاتب السيناريو في حينها يبقى كالخياط الذي يقوم بالتفصيل حسب الطلب وللمادة التفصيلية عيوبها التي سنتعرض لها في باب آخر من هذا الكتاب .

والآن ومع انتشار الفضائيات واختراق التلفزيون كل الأمكنة المأهولة واكتساب الإذاعة أهمية أكبر بانتشار السيارات في كل مكان وقضاء البعض معظم أوقاتهم بالسيارة وما يفترضه هذا التقدم والتطور في وسائل المشاهدة والاستماع من برامج متواصلة تغطي البث الدائم الذي لايعرف الانقطاع في تلك الأجهزة زادت أهمية وجود الكادر المعد الذي تبدأ بجهوده آلية ملء المساحات الزمنية المطلوبة وزادت الضغوط على المعدين وكتاب السيناريو باستدعاء الأفكار الجديدة غير المستنسخة أو المكررة أو المتشابهة وتلقائيا زادت الأعباء على العقل الإعدادي.

الاعـداد الاذاعـي

يعتبر الإعداد الإذاعي تخصصا قائما بذاته ذلك أن المعد الإذاعي يحاول قدر المـستطاع عـبر الكتابـة التي يتلقاها المستمع صوتا أن يستعيض عـن الـشرح بـالكلمات ويجعـل المتلقـي يتخيـل الـصورة دون أن يراها... ويعتمـد الإعـداد الإذاعـي عـلى المـؤثرات والموسـيقى أو الـصوت المـنغم في بعـض المحطـات التـي لاتستخدم الموسيقى ... ويكتب المعد الإذاعي النص بمساحات جملية تستوعب المقدرات الصوتية للمقـدم وذلك عبر الوقفات الجملية القصيرة المتقطعة التي لا تؤثر على تكامل سلاسة النص.

وللإعداد الإذاعي فنونه ومهاراته فالمعد الإذاعي لابد له في بداية الأمر تحديد نوع البرنامج والفئـة المستهدفة به والفترة الزمنية التي يبث فيها البرنامج حتـى يـتمكن مـن انتقـاء المفـردات المناسـبة التـي لا تزعج أذن المستمع أو تشتت انتباهه ، فالبرامج الليلية لها مواصفاتها المفرداتيـة التـي تختلـف عـن بـرامج الصباح والظهيرة.

ففي الليل غالبا ما يكون المستمع مسترخي الأعصاب نوعا ما ويحتاج عبارات رخيمـة تـتماشى مـع الحالة النفسية بعكس الفترة الصباحية التي يكون فيها المستمع قد استيقظ لتوه وجدد نـشاطه بعـد نـوم ليل مفترض وأصبح مستعدا لسماع العبارات الحماسية والقوية التي تحفز فيه روح النـشاط والحيويـة أمـا في الظهيرة فالنفسية تختلف وقد أخذ المستمع شد أعصاب يوم عملي بدأ منذ الصباح وحرارة الجـو تكـون على أشدها بعكس انتعاشة جو الصباح وبرودة جو الليل وهو ما يحتاج عبارات أقدر على إراحة الأعـصاب وتهدئة الانفعالات.

أما مادة البرنامج فتخضع لنفس معايير اختيار الألفـاظ والعبـارات فـالبرامج المبـاشرة التـي تـصلح للصباح والمساء لاتصلح للظهيرة لأن المـشاهد في الفترتـين الأوليتـين يكـون متهيئـا للمـشاركة بيـنما في فـترة الظهيرة يكون في حاجة ماسة لسماع ما يهدئ فوران أعصابه.

وحتى في المادة الواحدة على المعد اختيار الفواصل الإعدادية المناسبة فمن غير المعقول مثلا أن يكون الفاصل أغنية عاطفية تلهج بالحب في برنامج يتحدث عن ضحايا الكوارث الطبيعية ولا نشيدا وطنيا في برنامج يتحدث عن تقلبات الطقس.

بعض المعدين يحاول السباحة عكس التيار غير أن ذلك يتطلب خبرة ومهارات عالية فمثلا عند الحديث عن الكوارث الطبيعية التي عصفت بالملايين وشردت الأسر بالإمكان في حالات تشذ عن القاعدة الإتيان بأغنية عاطفية يبررها المعد عبر النص بعودة ورائية (فلاش باك) لأسطورة معروفة أو أسطورة يوجدها من بنات أفكاره غير أنها تبقى مخاطرة تقود لسقطة إعدادية مريعة لو كان المعد غير متمكن بالقدر الكافي من أدواته وعلى ذلك يكون القياس.

وبجانب انتقاء العبارات المناسبة والجمل القصيرة التي تمكن المذيع من توصيل المادة بشكل جيد وتريحه في الأداء يجب على المعد الإذاعي الابتعاد عن الإنشاء والسرد الصحفي لأن طبيعة الإعداد الإذاعي تفترض وصول المعلومة دون اللجوء للإطالة التي تبعث على الملل.

الشد في المادة المعدة إذاعيا من أهم الأدوات التي يجب على المعد الاستعانة بها ففي التلفزيون قد تغطى الصورة بعض عيوب النص وقد يلجأ المخرج الذكي للمؤثرات غير أن المادة الإذاعية مادة سمعية بالدرجة الأولى شأنها شأن المسرح لذلك تبقى الكتابة إليها أشبه بما يسمى في اللغة الانجليزية وهو يعني التكثيف أو الاختصارsummary الموجز الذي لايضيع المعنى أو الاختصار الذي يشرح كامل المعنى .

ويجب أن لاتكون المادة المعدة إذاعيا مباشرة الطرح إلا في الحالات الخاصة التي تستوجب ذلك كبرامج التوعية المباشرة أو الفلرات والمقاطع الإرشادية ... فالمعلومات المراد توصيلها في المادة الإذاعية تكون بأسلوب السهل الممتنع البعيد عن التوجيه المباشر الذي ترفضه أذواق المستمعين في الغالب الأعم.

الفواصل غير المتباعدة والمعبرة تبقى لعبة هامة في يد معد الإذاعة ذلك إن الأذن غالبا تمل الكلام المتواصل وتحتاج وقفات في كل مرة شأنها شأن بعض أجهزة الكمبيوتر التي تحتاج لعملية حفظ بعد كل مجموعة من الأسطر التي تتم طباعتها لذلك لابد لمعد الإذاعة وفي فترات قصيرة متتابعة يضع فواصلا تعطي المستمع فرصة استيعاب وتخزين ما سمع وما وصله من معلومات حتى يكون متهيئا لاستقبال البقية مثله في ذلك مثل البالونة التي لو داومنا على نفخها بالهواء المتواصل لاتملك غير الانفجار وبالتالي تفريغ كل الهواء الذي نفخناه فيها.

إذا إعداد النص الإذاعي يحتاج لمهارات خاصة أهمها إجادة كتابة النص السهل الممتنع الذي يغلف المعلومة بغلاف غير مباشر ويلبسها ثوب الشد من خلال طريقة التناول ونوعية الفواصل مع اختيار العبارات المناسبة والجمل القصيرة الأشبه بالحكم والأمثال في بنائها الجملوي بعد ذلك يأتي دور المذيع الذي يحتاج مهارات خاصة في توصيل المادة من خلال ضبط السرعة واختيار عداد سرعة معين لكل فترة من الفترات وترخيم الصوت أو تغليظه تبعا للفترة وما إلى ذلك من مهارات المذيع ونحن لسنا بصدد مهارات المذيع في هذا الكتاب ؛ وبعده دور المخرج في اختيار الفواصل الموسيقية ودور مهندس الصوت وغير ذلك من الأدوار المتكاملة في إخراج المادة بشكلها النهائي.

ومن العيوب الكبيرة في أي نص من النصوص الإذاعية وحتى التلفزيونية أن لا يهتم المعد بقراءة النص النهائي ولأكثر من مرة مع المذيع والمخرج مما تنتج عنه أخطاء قاتلة قد تنحرف بجوانب عديدة من النص عن معانيها ومقاصدها الحقيقية خاصة وأن اللغة العربية على سبيل المثال تضم ألفاظا متشابهة الحروف والتركيبات ولكنها مختلفة في النطق باختلاف التشكيل وبعض هذه الألفاظ خادعة قد تعطي جملا مفيدة وأقرب لسياق النص ولكنها جملا قد تكون أضعف من الجمل التي يريدها أو يقصدها المعد في النص وبالتالي تتحول بطريقة غير مباشرة لعيوب إعدادية نتيجة عدم مراجعة المعد لنصه مع المذيع والمخرج . ومثال لذلك عبارة ـ لم يخرج الجنود من غرناطة إلا بعد وفاة الملك ـ

عبارة يخرج لو قرأها المذيع بفتح الياء تعطي معنى يختلف عن قراءته لها بضم الياء وهي في الحالتين لو وردت في أي نص من النصوص تعطي ذات معنى السياق غير أنها بضم الياء تعطي قوة إضافية للنص لأنها تعني أن الجنود تم إخراجهم بالقوة بينما بفتح الياء تعني أنهم خرجوا بطوعهم وعلى هذا السياق تتعدد المفردات والجمل.

ويجب أن يكون النص المعد إذاعيا خاضعا للرقابة الصارمة من قبل المعد فالانسياق نحو اختيار العبارات المنمقة وتوليف العبارات من أجل الوصول لجمالية النص قد ينسي المعد خاصة غير المحترف تلك الحاسة الإعدادية ببعدية المعاني فلكل عبارة غير تفسيراتها اللفظية المباشرة تفسيرات غير لفظية يتم استنباطها من المعاني وهذا يرجعنا لما ورد سلفا عن المعد حينما تحدثنا عن أهمية متابعته واهتمامه بما يجري من أحداث اجتماعية أو مجتمعية ؛ فعلى سبيل المثال لو قامت مظاهرات في الدولة التي يعد فيها المعد نصه احتجاجا على غلاء المعيشة وكان المستمع لايزال تحت تأثير تلك الأحداث من الممكن أن يكتب معد هاوي وبسلامة نية نصا عاديا ترد فيه قصة مشابهة أو على أقل تقدير عبارات يفهم منها معنى التحريض مثلا ترد عبارة ـ عندما يمتلئ البالون بالهواء فإنه حتما سينفجر ـ مثل هذه العبارات وأشباهها وبسلامة نية قد تتم ترجمتها على غير مقصدها وقد تترتب عليها آثارا وخيمة.

ومن أمثلة فقدان هذه الميزة الهامة في النص الإذاعي أن تكون حلقة من الحلقات جماهيرية أعدت للحديث عن اكتشاف عقار طبي كيميائي هام هدفت الحلقة للترويج له وفي داخل الحلقة يتحدث المعد عرضا عن أهمية الطب الشعبي الذي لايحمل مخاطر وردود أفعال ما يجعل المستمع في حيرة عن أمره وقد يفسر الأمر تحذيرا من العقار موضوع الحلقة لأنه كيميائي وقد تكون له ردود أفعال فتجيء الحلقة بنتائج عكسية

ومن الأمثلة على ذلك أن يتحدث المعد عن سقوط غرناطة على سبيل المثال ولم تمضي سوى أيام قلائل على محاولة انقلابية فاشلة في الدولة.

إذا الحس الإعدادي والوعي بأبعاد الفهم وماورائيات الطرح والكلمات والجمل أساسيات ينبغي أن يحتويها النص الإذاعي حتى يبعد عن السقوط والفشل ويجب أن يهتم النص الإذاعي بما يشغل بال المستمع ويقترب من القضايا التي تؤرق المجتمع ويطرح الحلول أو يترك تساؤلات تقود المستمع للحلول فالنص الإذاعي لو لم يشبع مساحة معينة في عقل ووجدان المستمع لن يحظ بالمتابعة والاهتمام فالبرامج المباشرة التي تهتم بقضايا الناس وتستجوب المسئولين وتحمل لهم مشاكل المستمعين تحظى بمتابعة تفوق البرامج الغنائية رغم حب شريحة كبيرة من المستمعين لبرامج الغناء والطرب.

ومن البرامج التي تجد الاهتمام والمتابعة تلك البرامج التي تثير فضول المستمع وللأسف حتى المؤسسات الكبيرة درجت على إرغام معديها على توجيهها في غير طريقها الصحيح في معظم البرامج وأصبحت الإذاعات كالمجلات تتناول فضائح المشاهير والممثلات.

مما سبق يتضح بأن النص الإذاعي يجب أن يكون موجزا دقيق التوصيل للمعلومة في غير مباشرة ومتماسك وغير مستعص في عباراته وأسلوب طرحه على مختلف أنماط المستمعين وأن يراعي مسألة الشد وجذب الانتباه حتى يحظى بالمتابعة.

الاعداد التلفزيوني

يمتاز الإعداد التلفزيوني عن الإذاعي بتركيزه على الصورة بجانب الكلام فالصورة عامل أساسي في توصيل المعلومة المراد توصيلها من خلال الطرح وهو بذلك يكون عكس المعد الإذاعي الذي يركز على مخاطبة الأذن لأن المعد التلفزيوني يركز على الأذن والعين معا ويركز مهاراته على توازن الطرح بين الصورة والصوت في غير خلل .

في الماضي كان الأمر أكثر تعقيدا بالنسبة للصور غير المتوفرة والتي قد تضطر المعد لبتر أجزاء من النص المكتوب أو الاستعاضة بالظهور المتقطع لوجه المذيع أو المستضافين غير أن تكنولوجيا المعينات التلفزيونية التي تقدمت من خلال برامج الجرافيك والثري

دي والأفت والفاينل كت وغيرها من البرامج التي شاع استخدامها فتحت آفاق الخيال أمام المعدين ومكنت الأفكار الصعبة من قابلية التنفيذ.

المعد التلفزيوني يكتب الكلمات مستصحبا الصورة بين ثناياها ذلك أن الكلام يجب أن تصاحبه الصورة المناسبة والموسيقى يجب أن تصطحبها الصورة المناسبة والفاصل يجب أن تكون فيه الصورة عاملا مؤثرا.

ومن عيوب النص التلفزيوني أن يعتمد على الكلام أكثر من الصورة في الإيصال فالصورة يجب أن تغني عن جمل من الكلام وأن يأتي الكلام مختصرا قدر المستطاع لذلك يعتمد النص التلفزيوني الجيد على تكثيف المشاهد الصورية والإقلال من الجمل التعليقية

ويأتي تكثيف الصورة والتقليل من الكلام بنتائج كبيرة فالتلفزيون عكس الراديو يخاطب فئات قد لايتمكن الراديو من مخاطبتها كالصم مثلا واللذين يفهمون البرنامج بالصورة لا بالكلام خاصة في حالة عدم توفر لغة الإشارة كما هو شائع في معظم المؤسسات التلفزيونية .

والنص التلفزيوني الجيد هو النص الذي يتوخى الصورة الأفضل من بين العديد من الصور وتكون لغته رفيعة قدر المستطاع وفواصله الجملوية في النص المتماسك تعطي الفرصة للمخرج لوضع مزيد من الصور الجمالية المكملة للنص وأن لايحتوي جملا ترغم المخرج على الاستعاضة عنها بوسائل غير صورية كالكتابة أو الصور غير المناسبة ... فالنص التلفزيوني بالأساس هيكل يضعه المعد وتتم تغطيته من قبل المخرج بالصورة ؛ فالجمل الإنشائية في كثير من الأحيان تضطر المخرج لاستدعاء وسائل بصرية قد تكون غير مناسبة في التغطية.

ولايقتصر الإعداد التلفزيوني على كتابة النص إذ لابد للمذيع الجيد من وضع ال سكريبت - أو تسلسل النص الذي الذي يمكّن المخرج من التنفيذ السهل والسليم للمادة التلفزيونية المراد تنفيذها.

بعض المعدين يكتب النص التلفزيوني كمادة إنـشائية عاديـة ثـم بعـد ذلـك يحـاول الحـذف منـه والإضافة إليه حسب إمكانية توافر الصورة وهو ما يضعف النص بكل تأكيد ويجعله كالثوب المرقع.

وبعض آخر يكتب النص ويترك الأمر للمخرج ليحذف منه ما لاتتوفر فيـه الـصورة ويـترك البـاقي ؛ لذلك كثيرا ما نجد مواد تلفزيونية تبدأ بتسلسل معين ثـم ينقطـع ذلـك التسلـسل غالبـا بـصورة أو جولـة سريعة على خلفية موسيقية ومن ثم يتواصل النص ولكن من غير المكان الذي انقطع عنده أو نجد نصوصا تقفز بين قطعة وأخرى بفواصل غير مبررة وذلك يأتي لعدم خبرة المعـد وورطـة المخـرج وهـو مـا يعتـبر في مجمله ضعفا في المادة المقدمة أما البرامج المباشرة والتي تهتم بمشاركة المشاهدين فيتكـون الـنص الواحـد فيها من ثلاثة أركان إعدادية:

1. أول هذه الأركان هو الربط بين الفقرات والذي يقرأه المذيع وهو المقدمة الترحيبية بالمشاهدين وتعريف الحلقة ثم التمهيد للفقرة وإنهاء الفقرة وختام الحلقة
2. الركن الثاني هو الأسئلة والحوارات التي يديرها المذيع أو عـدد مـن المـذيعين مـع المتـصلين مـن المشاهدين وأيضا الحوارات التي يتم طرحها على ضيوف الحلقة
3. الركن الثالث هو إعداد الفواصل والتقارير القصيرة التي تتخلل الفقرات

ويتم إعداد الثلاث أركان في نص واحد معظم الأحيان إلا في الحالات التي يوجد فيها أكثر من معـد للحلقة عندها سيكون المعد الرئيسي هو الممـسك بزمـام تماسـك الـنص وتوزيـع أركـان الإعـداد للمعـدين المساعدين حسب العدد والإمكانيات الذاتية لكل معد وسنأتي لاحقا على تفاصيل مهارات إعداد كـل ركـن من هذه الأركان المهم في النص التلفزيوني أن يكون متوازنا بين الـصورة والـصوت مـع تـرجيح الـصورة وأن يبعـد عـن الإنـشاء ويكـون رفيـع اللغـة في غـير تعـال عـلى المـشاهدين ومـدعما بالفواصـل والتقـارير

والريبورتاجات التي تخدم المادة وأن يبعد قدر المستطاع عن مباشرة الكلام ويعتمد تأثيرات الصورة وتعبيراتها بقدر أدق.

التخطيط لإعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية مع مراعاة السمات المعاصرة للبرامج الإذاعية والتليفزيونية من حيث سلاسة الأسلوب اللغوي، والإيجاز في النصوص، سرعة الإيقاع وخفة البرامج ومناقشة القضايا الحساسة، والاستعانة بمصادر المعلومات والإحصائيات حول الموضوع المثار، والتخصص في مخاطبة فئات جماهيرية أو معالجة موضوعات محددة، إلى جانب التفاعل مع الجمهور وتوظيف الصورة التليفزيونية جيداً، **والمراحل هي:**

1. اختيار فكرة الموضوع

يستطيع المعد من خلال المعايشة الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشكلاته وقضاياه واهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده

وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة، والقراءة للكتب المختلفة، والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات، روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي "رأس مال المعد"

2. تحديد الجمهور

لا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته

3. تحديد الغرض

يتراوح غرض البرنامج ما بين الإعلام -أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية-

والتثقيف كالبرامج السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، أو الترفيه كـالبرامج الرياضـية وبـرامج المنوعـات، أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية أو الزراعية

4. البحث العلمي أو جمع المادة العلمية

مرحلة البحث العلمي أو جمع المعلومات، وتبدأ هـذه المرحلـة بعـد الاسـتقرار عـلى الموضـوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد حتى المراحـل الأخـيرة لتنفيـذ البرنـامج مـن خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة المعلومات الدولية الإنترنت

5. الاتصال والتنسيق

وهي مرحلة الاتصال بالمصادر والتأكيد معهم عـلى ميعـاد التـصوير، والتنـسيق مـع فريـق العمـل كالمخرج ومقدم البرنـامج والتواجـد في مكـان التـصوير لمتابعـة سـير العمـل وفقـا للطريقـة المتفـق عليهـا والسيناريو المكتوب

ويتطلب التخطيط ايضا ملائمة اختيار الموسيقى والأغاني للموضوع والجمهـور المـستهدف، وكـذلك الإعداد لجلسة تمهيدية قبل التسجيل (بروفة) بين مقدم البرنامج وضيوفه، لتحقيق الألفة بيـنهما والاتفـاق على أهداف البرنامج ومدته، واختبار الأجهزة الفنية للوصول أخيراً إلى التسجيل الإذاعي أو التليفزيوني وفق التصور الموضوع

6. كتابة السيناريواو كتابة النص

جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو شـبه الكامـل في شـكل عمـودين تنقـسم الـصفحة إلى قسمين أو عمودين على النحو التالي:

القسم الأول: يكون على يمين الصفحة، ويشمل ثلث المـساحة فقـط، ويخـصص للـصورة أو المرئيـات؛ ويـشتمل عـادة عـلى العنـاصر التاليـة: المنـاظر والـديكورات، الأشخاص وسائر الكائنات الحية، الاكسسورات، شرح مـا يجـري مـن أحـداث وحركـة، المادة الفيلمية، الشرائح، اللوحات، كافة وسائل الاتصال المرئيةالقسم الثاني: يقع عـلى

يسار الصفحة، ويشغل المساحة المتبقية وحتى ثلثي الصفحة، ويخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية والموسيقى الصوتية

ويمكن تخليص مراحل إعداد البرامج التلفزيونية والإذاعية بمجموعة من الأسئلة، التي تساعد على إعداد البرنامج بشكل أفضل وأدق، وإيصال الفكرة المرجوة منه للمشاهد او المستمع بشكل أوضح، وهي:-

- ما هو الهدف من المادة المعدة أو البرنامج ؟
- من هي الشريحة أو الشرائح المستهدفة ؟
- ما هي العوامل المساعدة المطلوبة ؟
- كم مدة المادة أو الحلقة وكم عدد الحلقات ؟
- في أي ساعة من ساعات اليوم يتم البث والإعادة ؟
- ما هي المعلومات المراد إيصالها من خلال المادة وكيف يتم توفيرها ؟
- ما هي المحاذير التي تنتهجها الحلقة وكيف يتم تجنبها وتجنيب المشاهد لها ؟
- من هو المخرج الذي يتولى الإخراج وما هي طريقته ؟؟؟
- ما هي المصادر والمراجع المطلوبة وهل هي متيسرة وأين وكيف ؟؟؟
- هل يوجد معدين مساعدين ومن هم ؟؟؟
- ما هي الفترة الزمنية الممنوحة للمعد حتى تاريخ تسليم المادة ؟؟؟
- الشروع في كتابة السيناريو -النص الإذاعي والتلفزيوني.

نموذج سيناريو برنامج إذاعي			
التعليق	المتحدث	الصورة / الكاميرا	المؤثرات الصوتية
مسا الخير و اهلا و سهلا فيكم مشاهدينا في حلقة جديده من برنامجكم ، برنامج كل الشباب ... بيت الشباب .	المذيع / المذيعة	---------	أغنية لفيروز تبدأ قبل حديث المذيع / المذيعة وتستمر خلفية
حلقتنا اليوم رح تتناول موضوع .. الصعوبات التي تواجه الشباب في مجتمعنا .. و هو موضوع اهتمام كل الشباب في مجتمعنا الداخلي و الخارجي ، و لمناقشة هالموضوع رح يكون معنا اليوم في الاستوديو:-	المذيع / المذيعة	---------	--------
الدكتور حمدان السالم الناشط في مجال العمل الاجتماعي	المذيع / المذيعة	---------	--------
السيدة دعاء فاعوري مديرة	المذيع / المذيعة	---------	--------

مكتب صندوق الملك عبد الله للتنمية الشبابية و ناشطة ايضا في العديد من البرامج و المؤسسات الشبابية المحلية و العالمية			
مشاهدينا وهلأ خلينا نشوف رأي الشباب بموضوع حلقتنا لليوم	المذيع / المذيعة	---------	--------
تقرير	تقرير	---------	--------
و بعد ما شفنا رأي الشباب ، اسمحيلي ست دعاء اني ابدأ مع الدكتور حمدان	المذيع / المذيعة	---------	--------
دكتور ، حاليا في مجتمعنا في كتير من الصعوبات و المشاكل بتواجه الشباب ، برأيك دكتور و من خلال خبرتك في هالمجال شو هي اهم الصعوبات اللي بتواجه شبابنا اليوم في مسيرتهم ؟	المذيع / المذيعة	---------	--------
شكرا على استضافتكم لي، في البداية إن المشاكل التي تواجه الشباب	الدكتور حمدان	---------	--------

ست دعاء ، باعتقادي انه من خلال صندوق الملك عبد اللـه بتم تنفيذ العديد من البرامج العملية اللي بتهتم بمثل هاي المواضيع ، فشو هي اهم المساعدات اللي بتم تقديمها للشباب سواء من صندوق الملك عبد اللـه للتنمية او غيرها من البرامج التنموية الاخرى ، وبتساعد الشباب بالفعل على انهم يتخطوا مرحلة الصعوبات في مسيرة حياتهم ؟	المذيع / المذيعة	---------	--------
نعمل في صندوق الملك عبد اللـه للتنمية على ...	الآنسة دعاء	---------	--------
سؤالنا الاخير لضيوفنا، و بنبدا المره هاي معك ست دعاء-: هل بتشوفي انه هناك دور حقيقي للمنظمات و المؤسسات الشبابية في تقديم فرص حقيقية للشباب و تخفيف الصعوبات اللي بواجهوها في حياتهم ؟	المذيع / المذيعة	---------	--------
............إجابة الآنسة دعاء	الآنسة دعاء	---------	--------

و بالنسبة الك دكتور خلـدون شو رأيك بهاي المنظمات ؟	المذيع / المذيعة	---------	--------
..........إجابــة الــدكتور حمدان	الدكتور حمدان	---------	--------
مشاهدينا ، شـبابنا هـو املنـا بالحياة و لازم انه نقدم له كل الـدعم علــشان نتقــدم بمــسيرتنا و مــسيرة مجتمعنا خطوة ورا التانية نحو الامام .	المذيع / المذيعة	---------	--------
و في النهايــة بــشكر ضـيوفنا عــلى وجــودهم معنــا في البرنــامج ، الــدكتور حمــدان الــسالم الناشــط في مجال العمل الاجتماعي .	المذيع / المذيعة	---------	موسيقى هادئة
والآنــسة دعــاء فــاعوري مـن مكتــب صــندوق الملــك عبــد اللـــه للتنمية	المذيع / المذيعة	---------	موسيقى هادئة
مشاهدينا على امـل نـشوفكم بحلقة جديدة و بموضوع شبابي جديد الاسبوع القادم ، مع السلامة	المذيع / المذيعة	---------	موسيقى هادئة

نموذج سيناريو برنامج تلفزيوني			
التعليق	المتحدث	الصورة / الكاميرا	المؤثرات الصوتية
مسا الخير و اهلا و سهلا فيكم مشاهدينا في حلقة جديده من برنامجكم ، برنامج كل الشباب ... بيت الشباب .	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------
حلقتنا اليوم رح تتناول موضوع .. الصعوبات التي تواجه الشباب في مجتمعنا .. و هو موضوع اهتمام كل الشباب في مجتمعنا الداخلي و الخارجي ، و لمناقشة هالموضوع رح يكون معنا اليوم في الاستوديو:-	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	------
الدكتور حمدان السالم الناشط في مجال العمل الاجتماعي .	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الدكتور حمدان	------
السيدة دعاء فاعوري مديرة مكتب صندوق الملك عبد اللـه للتنمية الشبابية و ناشطة ايضا في العديد من البرامج و المؤسسات الشبابية المحلية و العالمية	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الانسة دعاء	------

مشاهدينا و هلأ خلينا نشوف رأي الشباب بموضوع حلقتنا لليوم	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	------
تقرير	تقرير	تقرير	---------
و بعد ما شفنا رأي الشباب ، اسمحيلي ست دعاء اني ابدأ مع الدكتور حمدان	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	------
دكتور ، حاليا في مجتمعنا في كتير من الصعوبات و المشاكل بتواجه الشباب ، برأيك دكتور و من خلال خبرتك في هالمجال شو هي اهم الصعوبات اللي بتواجه شبابنا اليوم في مسيرتهم ؟	المذيع / المذيعة	الكاميرا بين الدكتور حمدان والمذيعة	--------
شكرا على استضافتكم لي، في البداية إن المشاكل التي تواجه الشباب	الدكتور حمدان	الكاميرا على الدكتور حمدان حتى انتهاء إجابته	------
ست دعاء ، باعتقادي انه من خلال صندوق الملك عبد الله بتم تنفيذ العديد من البرامج العملية اللي بتهتم بمثل هاي المواضيع ، فشو هي اهم المساعدات اللي	المذيع / المذيعة	الكاميرا بين الآنسة دعاء والمذيعة	------

بتم تقديمها للشباب سواء من صندوق الملك عبد اللـه للتنمية او غيرها من البرامج التنموية الاخرى ، و بتساعد الشباب بالفعل على انهم يتخطوا مرحلة الصعوبات في مسيرة حياتهم			
نعمل في صندوق الملك عبد اللـه للتنمية	الآنسة دعاء	الكاميرا على الانسة الآنسة دعاء حتى انتهاء إجابتها	------
سؤالنا الاخير لضيوفنا، و بنبدا المره هاي معك ست دعاء-: هل بتشوفي انه هناك دور حقيقي للمنظمات و المؤسسات الشبابية في تقديم فرص حقيقية للشباب و تخفيف الصعوبات اللي بواجهوها في حياتهم ؟	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	------
............إجابة الآنسة دعاء	الآنسة دعاء	الكاميرا على الآنسة دعاء حتى انتهاء إجابتها	------
و بالنسبة الك دكتور خلدون شو	المذيع / المذيعة	الكاميرا على	---------

رأيك بهاي المنظمات ؟		المذيع / المذيعة	
............إجابة الدكتور حمدان	الدكتور حمدان	الكاميرا على الدكتور حمدان حتى انتهاء إجابته	------
مشاهدينا ، شبابنا هو املنا بالحياة و لازم انه نقدم له كل الدعم علشان نتقدم بمسيرتنا ومسيرة مجتمعنا خطوة ورا التانية نحو الامام	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	------
و في النهاية بشكر ضيوفنا على وجودهم معنا في البرنامج ، الدكتور حمدان السالم الناشط في مجال العمل الاجتماعي .	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الدكتور حمدان	------
والآنسة دعاء فاعوري من مكتب صندوق الملك عبد اللـه للتنمية	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الآنسة دعاء	------
مشاهدينا على امل نشوفكم بحلقة جديدة و بموضوع شبابي جديد الاسبوع القادم ، مع السلامة.	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	------

من هو المعد وكاتب النص

بغض النظر عن لصقاء المهنة فإن المعد الإذاعي والتلفزيوني وكاتب النص هو شخصية يجب أن تتوافر فيها مجموعة من العوامل الصعبة التي تمكنه من امتلاك الأدوات والسيطرة عليها وتوظيفها التوظيف السليم ... فالطبيب على سبيل المثال مطلوب منه المعرفة في مجال الطب وفي معظم الأحيان في مجال تخصصه فقط كالنساء والولادة أو الجلدية أو الأطفال أو الباطنية وغيرها من التخصصات والمهندس مطلوب منه إتقان تخصص معين مدني أو كهربائي أو طرق أو مجاري أو تقني أو غيره من التخصصات الهندسية والمحامي مطلوب منه معرفة القانون وإتقان آلية الاستفادة منه في مذكراته ومرافعاته وعقوده وحتى المعلم الذي يوكل له إعداد الأجيال مطلوب منه المعرفة في تخصص واحد والتركيز فيه المعد التلفزيوني يجب أن تتوفر فيه معرفة كل شيء والإلمام بكل شيء والثقافة في كل شيء فهو المهندس حينما يعد برنامجا يختص بالهندسة والطبيب حينما يعد برنامجا يختص بالطب والمعلم حينما يعد برنامجا يختص بالتعليم والعامل حينما يعد برنامجا يختص بالعمال لأن المشاهد للتلفزيون والمستمع للإذاعة جمهور يحمل مختلف التخصصات والثقافات والأذواق.

ومن أهم الصفات التي يجب توفرها في المعد الموهبة وسعة الخيال وبغيرهما يستحيل على أي إنسان كان أن يكون معدا .

ويصنف المعدون وكتاب السيناريو حسب درجة الموهبة والخيال التي يمتلكها الفرد وهما العاملان الأساسيان اللذان يحددان إن كان المعد جيدا أم لا وبدرجتهما تتحدد درجة جودة المعد أما الأكاديمية والممارسة فليس سوى عاملان يصقلان الموهبة والخيال ويوجهانهما باتجاه القواعد السليمة للإعداد.

ويفترض في المعد تحري المعلومة الصادقة التي لاتقبل الخطأ لأن المشاهد والمستمع يثق فيما يتلقاه من جهازي الإذاعة والتلفزيون لذلك يجب أن تتوفر في المعد المعرفة التامة بسبل تأكيد المعلومة لأن الخطأ الصغير قد يكون قاتلا وقد يفقد المؤسسة التي يعمل بها

مصداقيتها لدى المشاهد وبالتالي احترامه لها ومشاهدتها أو الاستماع إليها في وقت يشتعل فيه التنافس بين المؤسسات الإعلامية على جمهور واحد ينطق لغة واحدة في معظم الأحيان ولأن معظم المؤسسات الإعلامية في هذا العصر تعتمد على المعلن الذي يؤمن بمقياس المشاهدة والصدق يبقى للمعلومة الخاطئة ثمنها الفادح.

ومن الشروط الأساسية التي يجب أن تتوفر في شخصية المعد المقدرة على ابتكار الأفكار الجديدة الجيدة فالأفكار المتكررة أو المستنسخة أو المتشابهة قد تقود المشاهد للملل وعدم متابعة المادة خاصة وأنه يملك خيارات عديدة ويملك سهولة التنقل بينها عبر جهاز الريموت كنترول وهو يعيش وضعا تنافسيا صعبا فمئات وربما آلاف المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية الناطقة بلغة واحدة تعمل يوميا على مدار الساعة بما يعني أن كل فكرة قد تكون مطروقة مما يضطره في معظم الأحيان لاستبعاد مئات الأفكار قبل الاستقرار على فكرة معينة ومن أهم ما يميز المعد تلك الحاسة الخفية بما يحسه المجتمع وما يريده المجتمع وما يجمع مختلف أمزجته ويكون ذلك ليس باختيار المادة فحسب وإنما أيضا بالمهارة في استخدام الأدوات وتوظيفها بما يثير اهتمام المشاهد أو المستمع وفي بعض البرامج بما يستفزه إيجابا ويرغمه على المشاركة طائعا خاصة في البرامج التي تعتمد المباشرة والمشاركة الجماهيرية أو التي تعتمد الرسائل النصية القصيرة في بنائها.

المتابعة والقراءة من الشروط التي يجب أن تحملها شخصية المعد فمتابعة الجديد من الاكتشافات العلمية والتكنولوجية والجديد في عالم الثقافة والطب والهندسة وكل مناحي الحياة إضافة للفعاليات الاجتماعية المختلفة ومتابعة الأحداث الحياتية والأنشطة الاجتماعية وكل جديد يطرأ إضافة لمتابعة البرامج التلفزيونية لزملائه المعدين تكسبه البعد التفكيري في الإتيان بالجديد فمدرب كرة القدم مثلا لو لم يتابع القوانين الجديدة التي يسنها الاتحاد ولم يتابع مباريات منافسيه ويقف على ماوصلوا إليه من قوة التدريب ومكامن ضعفهم وقوتهم لن يتمكن من وضع الخطط التي تؤهله للفوز بأية مباراة أو على الأقل تحقيق نتائج طيبة للفريق.

ومن المهم في شخصية المعد قراءته الصحيحة لمزاج المجتمع والقضايا الأساسية التي تحظى باهتمامه وامتلاكه المهارة الفائقة في معرفة الشريحة التي يريد مخاطبتها فالطبيب يشخص حالة مريضه قبل كتابة الوصفة الدوائية وبنتيجة الفحص والتشخيص الدقيق يعرف نوع الدواء الفعال ومقدار الجرعة وأوقاتها ومضاعفاتها وكيفية الحد من تأثيرات تلك المضاعفات كذلك المعد الجيد يجب أن يحتك بكافة طبقات المجتمع ويتلمس همومها ويحس بإحساسها ليضع الوصفة الإعدادية السليمة لبرنامجه أو مادته قبل كتابتها وعلى المعد أيضا أن يكون واعيا بسياسة القناة ومدركا لتوجهاتها شأنه شأن خطيب المسجد الذي يعرف خط خطبته والمفردات التي يستعملها والآيات التي يدعم بها موقفه والتوجيه الذي يعطيه لمستمعيه والخطوط الحمراء التي عليه تجنبها ويدرك كيفية الخروج عن خط الملل في حال جمود المادة المتناولة والأسلوب الذي ينتهجه في شد انتباه المتلقين .

ومن الصفات الضرورية لشخصية المعد معرفته بنوعية المراجع التي تتطلبها كل مادة مطروحة وكيفية الحصول على تلك المراجع وأيضا إلمامه باستخدام الانترنت كوسيلة تسهل أمامه آلية الحصول على الكثير من المعلومات وعدم اعتماده التام على المعلومة التي يتلقاها من الانترنت إلا بعد تأكيدها من مختص موثوق إضافة لمعرفته التامة بقانون النشر والمطبوعات وحقوق الملكية الفكرية وكافة القوانين التي تجنبه والمؤسسة التي ينتمي إليها أو يعمل لها مشاكل محتملة .

ومن أهم مقومات المعد امتلاكه قائمة العناوين الخاصة به فهو يحتاج مجموعة هائلة في مختلف التخصصات ويستضيف مجموعات كبيرة في برامج متفرقة كضيوف أو حتى يستعين بهم كمؤكدين لمعلومات في مجال تخصصهم أو كمصدر موثوق لمعلوماته شأنه في ذلك شأن موظف العلاقات العامة الذي يملك مجموعة من العلاقات والعناوين التي تختصر أمامه الجهد والوقت وتمنحه السهولة في تنفيذ عمله.

ومن أهم مقومات المعد امتلاكه الحاسة الخاصة التي تمثل النظرة البعيدة في الطرح والمفردات والجمل.... فعلى سبيل المثال أراد أحد المعدين أن يعد تقريرا قصيرا عن

مصورا فوتوغرافيا أفنى عمره في التصوير والتوثيق..... وعند ذهابه إليه أجرى معه المقابلة المعهودة وشفع الموضوع بعدد من الصور ثم عرج لغرفة تكومت بها مجموعة كبيرة من الصور تناثرت هنا وهناك حتى ضاقت بها الغرفة .... قد يكون هدف المعد هو تعريف المشاهد بالكم الهائل الذي التقطته عدسة المصور حتى ضاقت به جدران الغرفة غير أن النتيجة قد تكون سلبية حينما يرى المشاهد كومات الصور التي وضعت بإهمال وبطريقة غير مرتبة ويكون انطباعه سلبيا عن المصور المهمل الذي أفنى عمره في التقاط الصور ولكنه لم يكلف نفسه عناء تنظيمها وترتيبها احتراما للشخوص والأمكنة التي تحملها تلك الصور ... ومثال آخر لهذه الحاسة أن يحاول المعد في برنامج وطني تصوير التقدم على أن الوطن كان بائسا فقيرا يعاني الإهمال والتخطيط والسليم حتى جاء النظام الحالي فامتلك عصا موسى التي جعلت وجه الوطن الأشبه بوجه قرد يتحول لجمال أشبه بجمال وجه سيدنا يوسف عليه السلام في كل مناحي الحياة ... فيتلقى المتلقي المعلومة بغضب لأن المعد لغى ما قدمه السابقون من جهود وخطوات تدرجت عبر من عقبوهم حتى الوصول لحالة اليوم.

مثل هذه الخطورة في عدم امتلاك الحاسة التوازنية للمعد غالبا ما تتضح جلية في البرامج الوثائقية والتوثيقية التي يقع بعض المعدين فيها تحت تأثير إرضاءات تنسيهم تلك الحاسة أو تلغيها وتجعلهم ينظرون لنصف الكوب فقط .... وهذه الحاسة تبين أيضا في استخدام الأمثال الشعوبية فمثلا في السودان وبعض الدول العربية يستخدمون المثل ـ ولد الفار يطلع حفار ـ وفي مصر وبعض الدول العربية يستخدمون ذات المعنى ويقولون ـ ابن الوز يطلع عوام ـ فلو استخدمت المثل السوداني في الخليج على سبيل المثال قد لايفهم منه تشبيه الأب بالابن في خصاله الحميدة ويقولون كيف تصف الأب بالفأر ؟؟؟

الحاسة الاستباقية هي التي تقود المعد لانتقاء عباراته وانتقاء مادة وطريقة الطرح من خلال فهمه العميق لما تتقبله أو ترفضه الشريحة المستهدفة وتقوده الحاسة أيضا للتفكير في أبعاد كل كلمة يكتبها وكل مادة يعدها والتفكير في إسقاطاتها وتفسيراتها

المحتملة والمعد الجيد هو من يبعد عن العبارات الاحتمالية فمثلا عبارة ـ عكس ثقافة المجتمع ـ من الأفضل أن تستخدم بديلا عنها عبارة ـ إبراز ثقافة المجتمع ـ لأن كلمة عكس على سبيل المثال رغم صحة وشيوع استخدامها تحتمل أكثر من معنى وقد يكون معناها الآخر مناقضا تماما للمعنى المراد بها.

ومن الصفات الهامة في شخصية المعد أن يكون عنوانا لما يكتبه ويؤمن بما يطرحه فبعض المعدين يعدون ما لايؤمنون به ويكتبون على غير قناعاتهم فمثلا طلبت أحدى المؤسسات التلفزيونية من معدها أن يكتب ردا على قناة أخرى تحدثت عن سوق يقع في منطقة نفوذها بأنه كان في الماضي ملتقى لأصحاب الأرض وكان تاريخيا كأنه سوق عكاظ يجمع الناس ويتبادلون الشعر والبضائع فيه تحت ظل شجرة كبيرة ولكنه الآن ومع تقدم العمران وتقدم أسباب الحياة تمكنت منه الحداثة وانطفأ بريقه فأصبحت شجرته الكبيرة منطقة لقاء للعمال والطبقات الدنيا من المجتمع وما عاد يحمل ذلك البريق الذي كان عليه في الماضي ... وردا على هذا التقرير طلبت إدارة الجهاز المعني من أحد المعدين كتابة تقرير مناقض يثبت فيه أن السوق بشجرته الوارفة مازال يحتفظ بأصالته ورونقه فما كان من المعد إلا أن قام باستئجار عدد من الكومبارس لتصويرهم في ذلك الموقع وكتابة تقرير مناقض وهو يعلم تمام العمل أن لاأساس لصحة التقرير فكيف له بإقناع مشاهد بمادة لم يقتنع معدها بها .... إنها تبقى كتلك الأحداث التي سبقت سقوط النظام العراقي حينما كان وزير الإعلام يقول بأن بغداد صامدة وعلى خلفية الصورة تبين الدبابات الأمريكية متقدمة.

المصداقية إذا مهمة جدا للمعد وهي بالتالي تعني مصداقية المؤسسة التي يعمل بها وهي أيضا تحدد ملامح العلاقة بين المشاهد وبين ما يكتبه مستقبلا.

وتلخيصا لما ورد بإمكاننا تعريف المعد بخبير النبض الاجتماعي في كل صنوفه وتخصصاته وهو المعلم والمربي ومصدر المعلومة الصحيحة والرقيب على مصالح المجتمع

الذاتية والغيرية ومعد الأجيال والمصلح الاجتماعي والنفسي والقيمي والمرآة الحقيقية للمجتمع .

وبالتأكيد تكون للممثل أو المذيع أو حتى الوجه الاعلامي في المجتمع شهرة كبيرة لأن الناس يرونه ويعرفون ملامحه ولكن وراء كل هؤلاء بناء ماهر وصانع لما اكتسبوه من شهرة هو المعد وكاتب النص .. ولولا الكتاب والمعدين ما عرفنا نجوما سينمائيين أو تلفزيونيين أو إذاعيين ولما وجد الكثيرون ما وجدوه من شهرة فالمعد هو أول وأكثر من يعطي وآخر وأقل من يشتهر أو يستفيد

مما تقدم نخلص إلى أن المعد شخصية يجب أن تتوفر فيها عدد من الصفات منها:

الموهبة

وهي الأساس المتين الذي يتم صقله باكتساب المادة المعرفية الأكاديمية التي تقود لمعرفة التكنيكات والخفايا.

الإدارة

كل معد هو إداري جيد لأنه يدير المادة البرامجية ويملك القدرة على إدارة الأفكار وترتيبها وإدارة عقول المشاهدين نحو القيم الإنسانية الصادقة.

التنظيم

أن يملك القدرة على تنظيم أفكاره وحبكها الحبكة المناسبة ونظمها عقدا يسهل على عقول المشاهدين هضمه كمادة برامجية.

الرسالة

أن يحدد خارطة طريقه في الحياة ويسخر قلمه لرسالة معينة يبرع في استخدام أدواته لتوصيلها.

التحدي

أن يملك الجرأة وروح التحدي والقدرة التي ترى الخطأ فتسميه خطأ والصواب وتسميه صواب وأن يكون هدفه من الإعداد إرضاء قناعاته لا قناعات غيره.

الإدراك

السرعة في ادراك مجمل الامور .

المبادأة

وتعني المعرفة التامة بسياسة المؤسسة التي يعمل لديها والايمان بأهدافها

لايجب على أي معد في الدنيا أن يعمل بعقل الموظف الذي ينتظر التوجيهات ليعمل ولا أن يعمل فقط من أجل الوظيفة ولو على حساب رسالته بل يجب عليه أن يحب مهنته في البداية وأن يبادر بطرح الأفكار التي تختصر الطريق نحو تلك الرسالة التي أسلفنا توافقها مع سياسة الجهاز او المؤسسة التي ينتمي إليها:

التطوير

أن يملك المقدرة على تطوير نفسه وأدواته.

المتابعة

أن يكون قادرا على متابعة المستجدات العلمية والثقافية والحدثية المختلفة.

الثقافة

أن يكون شغفا الثقافة العامة والقراءة والاطلاع والمعرفة.

القدوة

يجب عليه الحرص على أن يكون قدوة للآخرين ففاقد الشيء لايعطيه ومن لايتحلى بالقيم الاجتماعية الفاضلة لايمكنه غرسها ومن ينادم الرزيلة لايمكنه التحذير منها.

المعرفة التامة بطبيعة الثوابت اللفظية

فلكل مجتمع أو حتى لكل جهاز مصطلحات محددة يجب أن يعيها المعد جيدا فمثلا بعض الأجهزة الاعلامية تقول (الكيان الصهيوني) وبعض آخر يستخدم عبارة (العدو الصهيوني) وبعض ثالث يستخدم عبارة (إسرائيل) ولكل مصطلح دلالاته التي تحدد موقف المؤسسة الاعلامية من قضية فلسطين وأي خطا في اللفظ قد يعني الكثير ... كذلك بعض الدول تستخدم عبارة الأخ الرئيس وبعضها يستخدم عبارة السيد الرئيس وبعضها جلالة الملك وبعضها صاحب السمو أو سمو وبعضها العاهل وبعضها جلالة السلطان المعظم وما إلى ذلك من مصطلحات تبدأ بقمة الهرم وتنتهي بالتعاملات الرسمية وحتى الشعبية وعلى المعد أن يكون حريصا جدا لأن أي خطأ في استعمال هذه الاصطلاحات قد يكلف الكثير

وفي قضية العراق على سبيل المثال تستخدم بعض الأجهزة عبارة (الاحتلال) الأمريكي وبعضها يستخدم عبارة (الجيش) الأمريكي ولكل مستخدم دلالاته وموقفه ومقصده هذه هي الصفات الأساسية التي يجب أن تتوفر في معد البرامج بجانب الصفات الأخرى التي ورد ذكرها

المعد وتصنيف البرامج الاذاعية والتلفزيونية

يتم تصنيف البرامج الاذاعية والتلفزيونية عبر عدة معايير، وهي على النحو الآتي:-

1. الوظيفة أو الهدف: الإعلام - الترفيه - التثقيف - التعليم - الإعلان.. إلخ
2. المحتوى والمضمون: ديني- سياسي - اقتصادي - ثقافي- رياضي- فني -علمي..إلخ
3. الجمهور: عامة المجتمع - الأطفال - الشباب - النساء- نخبة متخصصة... الخ
4. دورية البث: يومي - أسبوعي - شهري - نصف شهري-.. الخ
5. وقت البث: برامج الصباح - برامج الظهيرة - برامج المساء - برامج السهرة.... إلخ
6. اللغة: لغة عربية فصحى- لهجة عامية - لغة أجنبية - لغة أجنبية مترجمة... إلخ
7. الشكل أو القالب الفني: حديث - حوار - تحقيق - مجلة... الخ. وهذا هو أهم أنواع التصنيف، لأنه يمثل المدخل الذي يسهل دراسة البنية الأساسية لبرامج التلفزيون والاذاعة.

المعد والربط بين فقرات البرنامج

الربط بين فقرات البرنامج الواحد من الوسائل الاعدادية الشائعة والتي يواجهها كل معدو الاذاعة والتلفزيون .. ويلعب بعضهم على وتر اللغة من حيث استعمال الكلمات الفخمة والاسلوب الرائع والتركيب اللغوي الجميل بينما يحاول بعضهم الاكتفاء بأسلوب التبسيط غير أن السهل الممتنع في الكتابة هو أفضل سبل.

المعد وتسمية البرنامج

من السهل على معد البرنامج أن يعده مهما كانت فترته ومداه الزمني خاصة في حالة وجود المادة الكافية بين يديه ولكن من الصعب جدا على المعدين اختيار إسم البرنامج ذلك أن الاسم كالمانشيت الصحفي يعتمد على كلمة أو كلمات بسيطة توجز الفكرة والأهداف والنوعية والتوجه وتفوق سعادة المعد عند حصوله على اسم موفق

للبرنامج سعادته عندما يرى برنامجه ماثلا بإتقان على الشاشة أو محققا قدرا مرضيا من النجاح.

الكثير من البرامج الإذاعية والتلفزيونية يأتي بنيان فكرتها من وحي الاسم والعديد من الأسماء البرامجية تسهم في تغيير اتجاه الفكرة أو تطويرها.

والاسم هو الشيء الأكثر رسوخا في أرشيف ذاكرة المستمع أو المشاهد ولو رجعنا لذاكرتنا لاسترجعنا أسماء برامج كثيرة نالت إعجابنا في فترات مختلفة من العمر حتى لو لم نتذكر المضمون أو الشخوص المنتجة لتلك البرامج.

وأفضل تسميات البرامج تلك التي تحتوي على كلمة واحدة أو كلمتين على الأكثر ولا يستحب أن يحتوي الاسم على أكثر من كلمتين إلا في حال اقتضاء الضرورة ويحاول معظم المعدون اختيار الأسماء اللافتة أو المدهشة والقصيرة جدا .

ولو لم يشرح الاسم على قلة كلماته فحوى البرنامج فإنه لايأتي بنتيجة تذكر بل يعتبر عيبا من العيوب.

والبرامج الثابتة كالصباحية أو المسائية غالبا ما تحتوي على كلمتين أما البرامج المنوعاتية فتحتوي في الغالب ما بين كلمة وثلاث كلمات في الاسم بينما معظم البرامج الحوارية تحتوي كلمتين بينهما في الغالب كلمة في أو على أو من أو ما شابهها من كلمات وحروف الوصل ويفضل العديد من المعدين الأسماء المسجوعة أو المتجانسة أو المتطابقة ومن شروط اسم البرنامج أن يكون سهل الحفظ وخفيف على اللسان وشارحا شرحا وافيا للبرنامج.

المعد وشارة البرنامج

الشارة أو الاشارة هي المقدمة التي تسبق البرنامج وغالبا ماتستخدم كخاتمة أيضا ... ورغم أن الكثير من المخرجين يقومون بدور المعد في الإشارة إلا أن المعد المحترف

غالبا يعد إشارة برنامجه بنفسه أو بالاتفاق مع المخرج .. وأحيانا يلعب فنيو المونتاج والجرافيك دورا بـارزا في إعداد وتنفيذ الإشارة.

إعداد الشارة يكون سهلا وصعبا بحسب نوعهـا فبعـضها يكـون عبـارة عـن لقطـات مختلفـة يـتم اقتطاعها من باطن المادة والبعض الآخر يحمل فكرة معينة وهو ما يحتاج جهود المعد .

الفكرة تأتي دائما من مضمون التوجه العام للبرنامج وإعدادها أشبه بإعـداد التنويهـات والإعلانـات القصيرة السريعة من خلال الاختصار والتكثيف.

وتلعب شارة البرنامج دورا محوريا في لفت انتبـاه المـشاهد كـما أنهـا بجانـب قـدرات المعـد تـبرز القدرات الكامنة في أعماق المصور والمخرج وفني المونتاج والجرافيـك وهـي دائمـا تتكامـل بجهـد جماعـي متناسق ودقيق.

وتحتوي الإشارة في الغالب على أسماء الفريق العامـل ووظيفـة كـل اسـم كـما تحتـوي عـلى اسـم البرنامج وبعد بروز القوانين الإعلامية أصبحت تحتوي على اسم الجهة التي تملـك حقـوق البرنـامج وتـاريخ الإنتاج.

المعد وال Running Script

مسيرة النص أو ما يعرف اصطلاحا ب(الرننج سكربت) هي خارطة الـنص المختـصرة التـي يـضعها المعد كتابة وتفيد المصور والمخرج وفني المونتاج في تنفيذ العمـل تنفيـذا دقيقـا متكـاملا وفي ذات الوقـت توضح مجريات العمل بالصورة المختصرة المتكاملة العديـد مـن المعـدين خاصـة غـير المحترفـين لايهتمـون بوضع الرننج سكربت وهو ما يخلق إشكاليات كبيرة في تحمل مسؤولية أخطاء التنفيذ.

ويكتب إل (رننج سكربت) بترتيب الحلقة ولا يكتب فيه شيء قبل شيء ولا شيء بعـد شيء وإنمـا يكتب كل شيء في مكانه وهو خارطة الطريق الحقيقية التي يـتمكن المخـرج عبرهـا مـن التنفيـذ وتوجيـه بقية الفريق العامل.

المعد ووقت البث .. التأخير والحرج

قد يقع المعد في حرج بالغ عندما يستضيف سينا من الناس على الكاميرا ويعده برؤية نفسه على شاشات التلفاز في وقت محدد وتحدث ظروف مختلفة تحول دون ذلك منها ضيق الوقت أو إختلال في المادة أو عدم موافقة الإدارة عليه وغيرها من العقبات المتعارف عليها وذات الشيء قد يحدث بالنسبة لشخص يعده باستضافة على الكاميرا أو الهاتف.

معظم المعدين يحاولون عدم الرد على هواتف أولئك الأشخاص أو التهرب لاحساسهم بالحرج وهو ما يجعل شخصية المعد مهتزة أو يفقده الاتصال مؤقتا أو نهائيا بذلك الشخص لذلك وجب على المعد الجيد أن يحفظ مواعيد بث مادته وسياسة القناة في انتقاء الضيوف والمواد كما يجب عليه أن يكون شجاعا وتلافيا للحرج أن يتصل قبل فترة كافية ويعتذر للضيف بلباقة.

العقلية الاعدادية

العديد من البرامج تفشل بسبب إنقطاع التواصل العقلي بينها وبين الفئات المستهدفة من المشاهدين والعديد من المعدين يكتبون بعقلية أنانية أو عاجية لو صح التعبير فالمعد الذي يكتب وفق مفهومه العقلي وفهمه العام يبقى كالمتشدد الذي لايملك مرونة بين الصواب والخطأ والمعد الناجح هو من يختلط بالشارع ويعيش أفكار الأطفال والشباب والكبار والنساء والفتيات فكبير السن قد يستهجن ما يراه الحديثون أفضل والعكس بالعكس وعلى سبيل المثال ومن واقع الصورة الحياتية العامة نجد الكبار يحنون لأغاني أم كلثوم وعبدالحليم حافظ وإسعاد يونس وفيروز وصباح وغيرهم ويستهجنون الغناء الحديث ويعتبرونه هابطا لا يعبر عن معنى بينما جيل اليوم ربما لايعرف حتى أن هناك مطربا إسمه فريد الأطرش ولا تطربهم أغنية أم كلثوم ولا هاني شاكر.

الفراغ بين الجيلين قد يجعل الكثير من المعدين ينحازون لفئة دون أخرى وهذا خطأ كبير فالمعد يجب أن يفكر بعقل الجميع ويحس إحساس الجميع ويعبر عنهم ويعيش عالمهم بما لايخل بموازين الفضيلة.

والمعد الناجح هو من يكتب للأطفال فرغم صعوبة الكتابة للطفل إلا أن ما تكتبه كمعد يعيش في ذهن الطفل لفترة طويلة ولو حاولنا إيجاد أبلغ مثال لذلك ما علينا سوى استدعاء ذاكرة الطفولة من أرشيف ذاكرتنا لنجد العديد من البرامج التي كنا نتابعها لازالت تتوجدن في أعماقنا ونفرح لو أعيدت لنا بل وحتى لازلنا نتذكر أحداثها ولكننا لوحاولنا على سبيل المثال إستدعاء برامج أو أحدث قريبة ربما لانتوفق في تذكرها أو على الأقل لانجد ذكراها كاملة مكملة في أرشيف ذاكرتنا.

والمعد الذي يكتب للطفل مثلا لابد أن يتخيل في ذهنه مستقبل مشاهديه من أطفال اليوم وورثة المستقبل فهو يكتب للرئيس المقبل والوزير المقبل والناقد المقبل والمحامي والطبيب وكل شرائح المجتمع من قاع الهرم حتى قمته وهو بذلك يعدّ أمة كاملة وينسج خيوط مستقبل مجتمع كامل من أدناه وحتى قمة أعلاه وهذا المجتمع قادرا على الحكم عليه كمعد بعد فترة طويلة من الزمن فكثيرة هي الأعمال التي أحببناها في طفولتنا ووجدت منا الاستهجان والاستخفاف بعد نضج العقول وكثيرة أيضا هي الأعمال التي شاهدناها في طفولتنا وانحنينا لها إجلالا وإعجابا بعدما نضجت عقولنا وأصبحت قادرة على التمييز وكثيرة هي الأعمال التي شاهدناها أو سمعناها في طفولتنا فأثرت في شخصياتنا الماضية والآنية سلبا أو إيجابا.

الوعي المتزايد والتحفز والدقة المتناهية هي الأساس الأول لمعدي برامج الأطفال لأن الإعداد لايمثل مادة للفرجة والاستمتاع والمتابعة فحسب وإنما يمثل بناءا راكز الدعائم وقوي الأساسات.

من هنا يجب على معد الأطفال أن يكون حذرا جدا وأن يكون لمّاحا يعرف ماتعنيه السطور وما بين السطور لأن مابين السطور هو الأساس الأول الذي ينبيء عن براعة المعد والبوصلة التي تحدد توجهه الفكري.

وهذا لايعني أن معد غير الأطفال لايجب أن يتحلّى بتلك الصفات التي يتحلى بها معدو برامج الأطفال فالمعد في الأساس شخص يجب أن يملك مواصفات محددة شأنه في ذلك شأن المعلم الذي يجب أن يمثل القدوة في كل شيء وأن يتأكد تماما من أية معلومة يقولها ومن أي تصرف يحتمل التقليد حتى لا يذهب عمله هباءا منثورا وتذهب جهوده أدراج الرياح.

ومعدو برامج الكبار في الغالب يواجهون نقدا وقتيا للاخطاء ذلك أنهم يخاطبون طبقة واعية تستطيع التمييز والإنتقاد غير أن معدو الأطفال لايواجهون النقد إلا من فئة مهتمة من الكبار وقد لايواجهونه أبدا في الوقت الحالي ولكن ذلك لايشكل أمانا من النقد المستقبلي الذي قد يأتي في أوقات قاتلة أو حتى قد يأتي بعد وفاة المعد فيشوه الصورة الرائعة التي أفنى حياته في رسمها .. ومن أمثلة التشابه الحياتي أن هناك بعض رؤساء الدول لم يواجهوا النقد الكافي أثناء فترة حكمهم بل كانوا يواجهون الاطراء على كل الأفعال سيئة كانت أو حميدة حتى إذا حانت لحظة الختام وبعد مضي سيل من السنوات يستيقظ الماضي في شكل نقد عنيف ومحاكمات صعبة قد تنتهي بالاعدام ... ومثال على ذلك الرئيس تشاوسسكو والرئيس جعفر النميري والرئيس صدام حسين وغيرهم وغيرهم ممن تضيق بهم النماذج والذين عاشوا عظمة الأضواء وانتهوا بعد حين من الدهر بمحاكمات لم يتوقعوها أبدا ... وهكذا معد الأطفال قد يفلت من المحاكمة بالأخطاء في عنفوان أضوائه ولكن الطفل يكبر ويكبر عقله معه ويعي ويمسك بزمام الأمور وحينها يكون قادرا على المحاكمة .... ورغم أننا لم نسمع حتى الآن بمحاكمة علنية لمعد ولا بمعد تم إعدامه إلا أن الواقع يقول أن الحكم على الأعمال بالاستهجان أو التفاهة هو في حد ذاته محاكمة واعدام للمعد لأن الحكم على الأفكار أشد قسوة من

الحكم على الأبدان ولأن حياة المعد بالأساس تتشكل مما يبثه من أفكار وفي حال تجريد المعد من أفكاره يبقى كالجسد الذي تم تجريد الروح منه أي مجرد جسد وشكل إنسان

التحول الاداري للمعد

العديد من المعدين يمارسون الإعداد والكتابة الصحفية والمعد يملك خيال الصحافة الكامل وفي معظم الأحيان لايحتاج دورات مكثفة للتحول إلى صحفي بعكس الصحفي الذي يحتاج دورات مكثفة للتحول إلى معد أو مشروع معد ذلك أن الصحافي يعتمد على الكلمة وحدها في التوصيل وقد يدعمها ببعض الصور الثابتة البسيطة بينما تعتمد آلية الكتابة الإعدادية على المفهوم البصري.

ويواجه الصحفي المتحول لمعد بعض المعضلات في بداية الأمر مثل الصورة المستخدمة في الوصلات أو ما يتعارف عليه اصطلاحا بالربط لذلك نجد معظم الصحفيين المتحولين من الصحافة للتلفزيون أو الإذاعة يجنحون نحو البرامج الإخبارية أو برامج التحقيقات أو البرامج التحليلية والتي يمثل فيها وجه المذيع أو الضيف القسط الأعظم من الصورة ويمثل واحدا من أهم بدائل السيناريو ويسهم في سد الفجوات والإشكالات الابصارية وتتطور مسيرة العديد من المعدين وكتاب السيناريو إلى مدراء للبرامج في الأجهزة الإعلامية وهو تطور مشروع بحيث يكون المعد هو أفضل من يتولى هذا المنصب الإداري غير أن هناك عيوبا كثيرة يحسها المعد في هذا المنصب فالعمل الإداري يشغل وقت المعد ويقتل فيه روح الإبداع وقد يحوله لمقص رقابي ظل يحاربه قبل توليه المنصب.

ومن عيوب تولي المعد منصب إدارة البرامج أنه يحكم على كل البرامج المقدمة بزاوية رؤيته الخاصة وأسلوبه دون ترك المجال مساحة التفهم لطريقة وأسلوب المعدين الآخرين وهو ما يجعله قليل الرضا عن معظم الأعمال التي ترده أو على الأقل متدخلا فيها بشكل أو بآخر.

وليست الإدارة البرامجية بالوظيفة التي يتمكن كل معد من توليها لأن هناك العديد مـن الـشروط التي تتوفر فيمن يتولى هذا المنصب من بين المعدين أهمها أن يكـون قـد قـضى الفـترة الكافيـة في العمـل الإعدادي وتنقل معدا بين مختلف أنماط البرامج بما يتيح له آلية الرؤية الـسليمة واكتـشاف العيـوب التـي لاتراها غير عين المعد.

وحتى يتحول المعد التلفزيوني أو المعد المتحول لمدير برامج إلى مدير عام للجهاز الإعلامي لابـد أن يلم بالجوانب التكنيكية والفنية التي يحتاجها العمل الإداري العام وحتى لانبعد كثيرا عـن موضـوع هـذه السطور والخاص بقواعد الإعداد وكتابة النص نعود إلى مسألة التجديد فالعديد من المعـدين يتنمطـون في نوعية معينة من البرامج ويتقوقعون فيها ورغم أن ذلك يكـسب المعـد خـبرة أكـثر في تلـك النوعيـة إلا أن الأفضل للمعد أن لايستمر في نمط واحد لفترات طويلة لأن ذلك قد يفقده الاطـلاع عـلى التطـور الطبيعـي للأنماط البرامجية الأخرى.

ومن عيوب المعدين عدم مشاهدة برامج الآخرين أو استهجانها والاسـتخفاف بهـا عنـد المـشاهدة وبالتأكيد يبقى من الطبيعي والغريزي للمعد أن يشاهد كل مادة أو يسمعها بعين وأذن تختلف عن غـيره فالمشاهد العادي قد تشده القصة أو المادة التي تطرحها الحلقة أكـثر مـن أي شيء آخـر والمخـرج يـشاهد بعين الإخراج والمصور بزوايا الصورة والمونتير بالتقطيع وتتالي اللقطات وغير ذلك من أصحاب المهنة.

والمعد شأنه شأن غيره يشاهد بزاوية العقل الإعـدادي أو العـين الإعداديـة ولـو قـدر لفـرد عـادي مشاهدة أو الاستماع لبرنامج مع معدين أو أكثر سيحس بالعقلية النقدية التي تتصيد الأخطـاء وبحـوارات مختلفة قد تفقده متعة المتابعة في بعض الأحيان أو قد تجعله يكره البرنامج الـذي مـا كـان ليكرهـه لـولا فرجته مع هؤلاء الأشخاص المتعبين وبالتأكيد ينطبق الأمر أكثر على المخرجين.

العيب الكبير في عالم الإعداد أنه من النادر أن يقتنع معد قناعة تامة بعمل معد آخر ذلك أنه غالبا ما يرى الأشياء بعقليته الإعدادية الذاتية التي يندر تناسخها بين معد وآخر وغالبا لايوجد عمل بلا عيوب.

ومن صفات المعد الناجح وبعد أن تختمر الفكرة في ذهنه أن يعمد وبطريقة غير مباشرة للنقاش مع مختلف الأنماط والتخصصات ذلك أن النقاشات المستمرة تسهم في تعميق الفكرة والتذكير بجوانب فائتة أو الايحاء بأفكار جديدة ومعظم الأفكار الاعدادية تستوحى من كلمة أو جملة ترد في نقاش عادي لاصلة له بالعمل التلفزيوني أو موقف ما يصطدم به المعد بالصدفة في حياته العامة وعلى المعد الناجح أن يتغلب على ملل البحث والقراءة والاطلاع وأن يتقن تقسيم وقته بين المعرفة والعطاء الإعدادي.

المعد بشكل عام يجب أن يكون متابعا جيدا ومثقفا ويجب أن يحتك بكل فئات المجتمع وأن يتعلم منها ويعلم همومها وأخبارها وذوقها العام كما يجب على المعد أن يملك قائمة أرقامه الهاتفية وعناوينه الخاصة لأنماط مختلفة من التخصصات وهو في ذلك يجب أن يكون أحرص من موظف العلاقات العامة.

الاعداد و المعد

يبدأ الإعداد دائما بالفكرة وتحديد الهدف ... ومن المفترض أن لايبدأ المعد مباشرة بتدوين الفكرة إلا في شكل نقاط يخاف عليها الضياع والنسيان.

النقاط والأهداف التي يسجلها المعد في البداية عبارة عن تساؤلات منها :ـ

ـ ما الهدف من المادة المعدة أو البرنامج ؟؟

ـ من هي الشريحة أو الشرائح المستهدفة ؟؟؟

ـ ماهي العوامل المساعدة المطلوبة ؟؟؟؟

كم مدة المادة أو الحلقة وكم عدد الحلقات ؟؟؟؟؟

ـ في أي ساعة من ساعات اليوم يتم البث والإعادة ؟؟؟

ـ ماهي المعلومات المراد توصيلها من خلال المادة وكيف يتم توفيرها ؟؟؟

ـ ماهي المحاذير التي تنتهجها الحلقة وكيف يتم تجنبها وتجنيب المشاهد لها ؟؟؟

ـ من هو المخرج الذي يتولى الإخراج وماهي طريقته ؟؟؟

ـ ماهي المصادر والمراجع المطلوبة وهل هي متيسرة وأين وكيف ؟؟؟

ـ هل يوجد معدين مساعدين ومن هم ؟؟؟

ماهي الفترة الزمنية الممنوحة للمعد حتى تاريخ تسليم المادة ؟؟؟

بعد التأكد من الإجابة على هذه التساؤلات الأساسية تكون الرؤيا قد اتضحت أمام المعد تماما وبعدها تبدأ المرحلة الثانية وهي مرحلة اختيار الشكل الأمثل للحلقة أو البرنامج.

قد تستغرق الإجابة على هذه التساؤلات وقتا طويلا وقد لاتستغرق أكثر من دقائق معدودة ويعتمد ذلك على مدى مقدرة ومهارة وجاهزية المعد وخبرته والأهم سعة علاقاته وتنوعها خاصة في البرامج التي تحتاج استضافة أو استشارة تخصصات معينة.

ومن الأفضل أن لايبدأ المعد مباشرة بالتدوين وإنما يعطي نفسه فرصة التفكير من خلال المناقشة مع آخرين من أفراد الفريق أو المرتبطين بمادة الطرح أو يعطي نفسه فرصة النقاش الذاتي في مكان هادئ كالجلوس على الكوفي شوب أو المشي على شاطي البحر أو الخروج للبر .... المهم في بيئة غير البيئة التي تحتويه وهو ما يمكنه من الخلود لنفسه واستدعاء عدد من الأشكال التي توسع أمامه الخيارات التي توصله لمرحلة الاستقرار على الشكل النهائي للمادة المراد إعدادها.

وبإمكان المعد في حال ضيق الوقت اللجوء إلى الخيار غير المحبذ وهو كتابة ما استدعاه الخيال مباشرة ومن ثم التنقيح المستمر حتى الوصول للشكل النهائي للمادة.

وهناك العديد من القواعد العامة الخاصة بالكتابة والاعداد يمكن للمعد الاستفادة منها :

1. يجب استخدام جمل بسيطة ومعبرة.

2. يجب ان تكون الكلمات بشكل راق ولغة عربية سليمة ويتم شرح المصطلحات ان وجدت.
3. يفضل استخدام الزمن المضارع لان ذلك يُشعر المشاهد او المستمع بالحالية ومن ثم يثير اهتمامه.
4. الاسماء تُكتب كما تنطق فالاسماء الاجنبية تكتب بالعربية وكما تنطق
5. يجب ان يسبق اللقب الاسم لانه سر اهتمام المشاهد بالشخص .. كأن نقول صرح وزير الداخلية فلان الفلاني .....
6. يجب البعد عن صيغة المبني للمجهول واستخدام المبني للمعلوم ،مثلا... أنشأت وزارة الاسكان مُدناً جديدة ولانقول أُنشات منا جديدة.
7. يفضل استخدام ضمير المخاطب في الكتابة لاعطاء المشاهد او المستمع الاحساس بالخصوصية ،فمثلا نقول ..عندما نزور مدينة البتراء ولانقول ان الزائر لمدينة البتراء .
8. عليك تعلم واتقان عدداً من وسائل الانتقال اللغوية مثل .. (الان ...اخيراً.. وبعد ذلك ...لأن ..وبالتالي ...مما ادى)والتي تخدم الحوار الاذاعي او التلفزيوني .
9. أي كلمة لاتُضيف جديدا للنص يجب حذفها فورا فالواجب ان كل كلمة تضيف جديداً.
10. يجب البعد عن الكلمات المجردة التي لايدركها المشاهد او المستمع واستبدالها بكلمات ملموسة توضح المعنى .فلا نقول ..الاستعمار ...الرأسمالية ... ممثل ادعاء ولكن نقول :الاحتلال سيطرة المال ..وكيل النيابة.
11. يجب كتابة الارقام والكسور بالحروف لصحة النطق عربياً ولضمان عدم حدوث خطأ يؤدي الى تغير الرقم وهي عملية تبسيط الارقام والاحصاءات.
12. يجب استعمال لغتنا في الكتابة دون اللجوء الى لغات اجنبية.

13. تُكتب الاسماء كلها دائما بين قوسين لتمييزها.

14. يمكن للكاتب المعد ان يقتبس من اللقاءات او الحوارات التي تمت بالبرنامج والاقتباس قد يكون مباشرة من كلام الضيف او جزئي منه او اقتباس مع اعادة الصياغة .

15. ان تكون الكتابة موجزة ...متفقه مع الصورة في حال الكتابة والاعداد للتلفزيون ... ان تكون واضحة ..الابتعاد عن الاختصار المخل للمعنى.

16. دقة الصياغة اللغوية والوضوح والبساطة والجمل القصيرة .

17. التألف في النص وعدم التنافر.

18. التشويق واثارة الاهتمام .

19. مراعاة الاداب العامة .

الفوارق التكنيكية والنمطية بين المعدين

كثير من المعدين تجدهم جيدين جدا في مؤسسة إعلامية معينة وعند انتقالهم إلى مؤسسة أخرى يفشلون في الحفاظ على ما اكتسبوه من شهرة وحتى من براعة.

ويرجع ذلك لعدة عوامل من أهمها:

أن يكون المعد ضعيفا بالأساس ولكنه في موقعه السابق كان يعمل ضمن فريق والعمل ضمن فريق إعدادي يغطي الكثير من العيوب الاعدادية للمعد لأن المعدين الآخرين يقومون تلقائيا بتغطيته.

1. أن يكون الانتقال من قناة ذات نمط محدد إلى قناة تختلف عنها في التنميط وعلى سبيل المثال العمل فترة طويلة في قناة دينية يجعل المعد مرتبطا بأسلوب معين ومفردات خاصة ويعتاد على محددات رقابية صارمة حتى إذاانتقل لقناة منوعاتية أو غنائية أو غيرها تتشتت قدراته بين الاسلوب الأكثر إنفتاحا والأسلوب المصطلح عليه بالمتشدد أو المتزمت وما إلى ذلك من المسميات بغض النظر عن

صحة تلك التسميات أو خطأها ومذيع القناة الاقتصادية عندما يتحول لقناة أطفال يواجه ذات الشيء والصعوبات تكمن من حيث الطرح وأسلوب التناول ونوع المفردات المستخدمة لذلك لاينصح المعد بالاقتصار على إعداد نوع معين من البرامج لفترات طويلة.

2. أن يكون المذيع قد تعود على برنامج واحد وهو من العيوب الكبيرة لأن شكل البرنامج الطويل الأجل يؤثر على شخصية المعد ولذلك لاينصح بأن يستمر أي برنامج لمعد لأكثر من دورة أو دورتين تلفزيونيتين أو إذاعيتين ولا أن يستبدل برنامجا انتهت حلقاته ببرنامج من ذات النمط أو من نمط مشابه ولكن عليه أن يتنقل بين أنواع البرامج كل دورة وأخرى وأفضل المعدين من يقوم بإعداد أكثر من برنامج مختلف التصنيف.

كيف يبني المُعد دائرة علاقاته ومصادره؟

هنالك فرق كبير بين المصادر ودائرة العلاقات، حيث أن الاولى تتمثل بأرقام هواتفهم فقط بصفة عامة، أما الثانية فهي ما يَنتُج عبر علاقته الجيدة مع المصادر عبر ذكائه الاجتماعي وبناء جسر ثقة معهم. كما أن احترام الضيوف وإظهار الاهتمام بما يقدموه ومعرفة تخصصهم أمر ضروري.

من جهة ثانية، إن تبادل المصادر مع الزملاء وتحسين علاقته بهم أمر لا يمكن إغفاله، فمعد البرامج معرّض أن يتحدث أو يتطرق إلى أي مجال وتخصص في أي حلقة، ويجب أن يكون مُلماً بكافة المجالات ومصادرها يضاف إلى ذلك، الممارسة والخبرة التي يكونها مٌعد البرامج طيلة فترة عمله.

الأفكار أنواع عديدة، ولكل نوع منها طريقته الخاصة في العرض والأسلوب المميز، والتعرف على هذه الأنواع يساعدنا ونحن نختار الأفكار التي سنقيم عليها بناءنا الكتابي، سواءاً للصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون، ومن أهم أنواع الأفكار ما يلي:

1. **فكرة العرض المباشر**: وهي الفكرة المبسطة التي تعتمد على الجانب التقريري والتسجيلي، وتهدف إلى عرض الشيء أو المكان أو الحادث أو الوقائع أو القضايا..الخ
2. **الفكرة الوصفية**: وهي فكرة شبيهة بفكرة العرض المباشر، وتتجه إلى المجالات ذاتها، ولكنها لا تكتفي بالرصد والتسجيل والنقل التقريري، وإنما تتجاوز ذلك إلى الوصف المتشرب بالفكر الإعلامي للكاتب، ونظرته الخاص، وزوايا المعالجة التي يختارها.
3. **الفكرة النقدية**: وهي الفكرة الإعلامية التي تستخدم روح النقد الصحيح، وتميز بين الخطأ والصواب، وتقول للمحسن أحسنت، وللمسيء أسأت.
4. **الفكرة المقارنة**: وهي فكرة عالية الكفاءة، شديدة الحساسية، تحتاج إلى عقلية إعلامية متمرسة وخبيرة ومثقفة، وتتمثل موضوعاتها في المقارنة بين زمانيين، أو عهدين، أو حادثتين، أو ثقافتين، أو تجربتين وهكذا.
5. **الفكرة التاريخية**: وهي الفكرة التي تتخذ من التاريخ وأحداثه وشخصياته وقضاياه ووثائقه وكتبه وأماكنه موضوعاً لها.
6. **الفكرة التوجيهية**: وهي الفكرة التي تتناول التوجيه والدعوة لعمل شيء محدد، كالمشاركة في برامج خدمة المجتمع، أو الحد من الاستهلاك في الماء أو الكهرباء على سبيل المثال، وهكذا.

7. **فكرة التنبؤ**: وهي الفكرة القائمة على بحث النتائج المتوقعة التي لم تحدث بعد، ومآلات القضايا والأحداث والأفكار، وسيناريوهات المستقبل المحتملة، بافتراضاتها المختلفة.

وعليه فاننا نستطيع ان نلخص الفكرة لدى مُعد اي برنامج بمايلي :

1. لا يلزم بالضرورة أن تكون مفكراً عميقاً أو عبقرياً لكي تبتكر أفكاراً جديدة، يلزم فقط أن تكون مفتوح العينين والأذنين لكل ما يدور حولك.
2. إن الناس الذين تلتقي بهم هم مصدر الكثير من الأفكار، ومن الضروري جداً لكل إنسان يسعى لابتكار أفكار جديدة وجيدة أن يعمق علاقاته مع الآخرين، ويستمع إلى تجاربهم وأحداث حياتهم.
3. وسائل الإعلام والنشر هي أيضاً مصدر مهم جداً لابتكار الأفكار، من خلال الاستماع للمناقشات والأحاديث والندوات، ومشاهدة البرامج التلفزيونية، وقراءة الصحف والمجلات والنشرات والكتب والمصادر المطبوعة المختلفة، وأخيراً تأتي وسائل الإعلام الجديد بغزارتها وتنوعها وعرضها لكل ثقافات العالم.

المعدين الجدد بالجهازالاعلامي

وهم المعدين الذين يتم استيعابهم في المؤسسة الإعلامية وعادة ما يتم تتبيعهم لمعد قديم حتى يستفيدوا من خبرته .

ويقع معظم المعدين القدامى في أخطاء فادحة فهم يتعاملون مع المعدين الجدد على أساس أنهم معدين فاقدي الخبرة كما يقومون بتعنيفهم عند الخطأ وبعضهم يوكل له أعمال صغيرة كالخروج مع المصور دون أن يفعل شيئا وترك المجال للمصور كي يمارس ساديته عليهم وما إلى ذلك من أخطاء معهودة.

والأصل أن المعد الحديث هو زميل اليوم والغد لذلك وجب على المعد المسؤول أن يبعد عن الدكتاتورية في التعامل معهم ويعلمهم روح الفريق وبدلا عن السادية اللامبررة يجب عليه الابتعاد عن الدكتاتورية وإعطائهم الفرصة الكافية للتعلم كما يجب عليه أن يلجم فيهم الاندفاع دون أن يقتل روح الحماس وأن يعلمهم أخلاقيات المهنة قبل أداءها العملي ..... أعطهم الفرصة ولا تعملها لهم.

اعداد انماط وقولب مختلفة من البرامج :

اولا:-اعداد برامج المقابلات

قد تعد برامج المقابلات الاذاعية والتلفزيونية اعداداًكاملاً ويُقدم نص نهائي لمُعد ولضيف الرنامج يتضمن الخطوط العامة ،حيث يتم اعداد المحور العام للاسئلة والاجوبة اما الحديث الفعلي للحوار فيكون ارتجالياً وقد يكون البرنامج ارتجالياً بالكامل ولايتم الاعداد له مسبقاً.

ويندر ان تكون المقابلات معدة اعدادا كاملا او ان لا تكون ارتجالية بالكامل ويؤدي الاعداد الكامل للبرنامج الى الرتابة والتكلف في التقديم الا اذا كان لدى المقدم والضيف خبرة في الاداء يجعل قرائتهما للنص تبدو وكأنها عفوية أو ارتجالية ،وهذا ما يصعب تحقيقه عادة ومن جهة اخرى يكون اجراء اللقاء دون اعداد كامل محفوفاً بالمخاطر فقد يكون الضيف ثرثاراً او مرتبكاً او مملا جدا في حديثه وقد تكون مهمة المقدم صعبة جدا في اعداد وتنظيم الاسئلة المناسبة في حينها .

وتُكتب اغلب نصوص برامج المقابلات بصيغة المخطط التمهيدي اوالملخص .ويقوم المنتج او المعد ومقدم البرنامج اولا بوضع الخطوط العامة لصيغة الاسئلة والغرض منها ثم يتم اعداد الاسئلة المناسبة بعد اجراء بحث شامل ومكثف ويحب ان يكون لدى مقدم البرنامج فكرة عن الاجوبة المتوقعة او المحتملة للاسئلة الرئيسية التي يتم وضعها لكي يكون مستعدا لطرح اسئلة ذات مغزى ووفق تسلسل منطقي ومن اجل

والأصل أن المعد الحديث هو زميل اليوم والغد لذلك وجب على المعد المسؤول أن يبعد عن الدكتاتورية في التعامل معهم ويعلمهم روح الفريق وبدلا عن السادية اللامبررة يجب عليه الابتعاد عن الدكتاتورية وإعطائهم الفرصة الكافية للتعلم كما يجب عليه أن يلجم فيهم الاندفاع دون أن يقتل روح الحماس وأن يعلمهم أخلاقيات المهنة قبل أداءها العملي ..... أعطهم الفرصة ولا تعملها لهم.

اعداد انماط وقولب مختلفة من البرامج :

اولا:-اعداد برامج المقابلات

قد تعد برامج المقابلات الاذاعية والتلفزيونية اعداداًكاملاً ويُقدم نص نهائي لُمعد ولضيف الرنامج يتضمن الخطوط العامة ،حيث يتم اعداد المحور العام للاسئلة والاجوبة اما الحديث الفعلي للحوار فيكون ارتجالياً وقد يكون البرنامج ارتجالياً بالكامل ولايتم الاعداد له مسبقاً.

ويندر ان تكون المقابلات معدة اعدادا كاملا او ان لا تكون ارتجالية بالكامل ويؤدي الاعداد الكامل للبرنامج الى الرتابة والتكلف في التقديم الا اذا كان لدى المقدم والضيف خبرة في الاداء يجعل قرائتهما للنص تبدو وكأنها عفوية أو ارتجالية ،وهذا ما يصعب تحقيقه عادة ومن جهة اخرى يكون اجراء اللقاء دون اعداد كامل محفوفاً بالمخاطر فقد يكون الضيف ثرثاراً او مرتبكاً او مملا جدا في حديثه وقد تكون مهمة المقدم صعبة جدا في اعداد وتنظيم الاسئلة المناسبة في حينها .

وتُكتب اغلب نصوص برامج المقابلات بصيغة المخطط التمهيدي اوالملخص .ويقوم المنتج او المعد ومقدم البرنامج اولا بوضع الخطوط العامة لصيغة الاسئلة والغرض منها ثم يتم اعداد الاسئلة المناسبة بعد اجراء بحث شامل ومكثف ويحب ان يكون لدى مقدم البرنامج فكرة عن الاجوبة المتوقعة او المحتملة للاسئلة الرئيسية التي يتم وضعها لكي يكون مستعدا لطرح اسئلة ذات مغزى ووفق تسلسل منطقي ومن اجل

ذلك يعقد اجتماع اولقاء أولي في أي وقت مناسب لكافة الاطراف يعطي فيه الضيف ملخصا بسيطا او شاملا عن الاسئلة التي سيتم طرحها ،ويحدد الضيف الخط العام لاجوبته ثم يقوم المعد بوضع الاسئلة اللازمة لمتابعة الحوار ولتناول الموضوع وبحثه من كافة جوانبه ثم ينظمها ويرتبها قدر ما يستطيع وفق تسلسلها الدرامي والمنطقي وتدرج الاسئلة التي سيتم طرحها فعلا والاجوبة المتوقعة لها والاسئلة التي يتم وضعها لمتابعة الحوار استناداً الى اجوبة الضيف في النص الملخص او النص النموذجي المعد للبرنامج .

قد لا يتسنى في بعض الاحيان احضار الضيف لاجراء مقابلة أولية عندها يجب ان يخمن المعد الاجوبة المحتملة للاسئلة المعدة ويمكن ان يكون هذا التوقع صحيحاً ومتوافقا مع الواقع اذا كان البحث الذي اجري عن الضيف دقيقاً وشاملاً ويمكن ايضا في بعض الاحيان اقناع الضيف الذي لايمكن اجراء لقاء اولي معه بالحضور الى الاستوديو قبل بث البرنامج او تسجيله بفترة معقولة لاجراء نقاش او تمرين بسيط معه ،يعمل المعد في مثل هذه الحالات عن كثف مع مقدم البرنامج لتنقيح المادة المعده حتى اخر لحظه لبدء عرض البرنامج ،اذا كان الضيف متعاونا ووافق على اجراء مقابلة اولية اولقاء يسبق العرض الاصلي للبرنامج فسيحظى المعد بفرصة كبيرة لاعداد نص ممتاز .

ان الاعداد الجيد هو مفتاح نجاح برامج المقابلات ،فيجب على معد البرنامج ان يتعمق في البحث وعلى مقدم البرنامج ان يلم الماما كاملا بخلفية الضيف ومواقفه ودواخل نفسيته ومشاعره.

وعند الحدبث عن التصميم العام لبرامج المقابلات فان جميع انواع المقابلات سواء تلك التي يتم الاعداد لها او التي تكون ارتجالية فانه يجب على المعد في اقل تقدير ان يعد مقدمة وخاتمة للبرنامج ومقدمة تعريفيه بالضيف وان يعد لكل جزء من البرنامج مقدمة وخاتمة لفواصل الاعلانات التجارية وبالطبع كما قلنا يجب اعداد الاسئلة التي سيتم طرحها وكذلك الاجوبة المتوقعة ان امكن.

ويجب اعداد اكثر من خاتمة للبرنامج مختلفة المدة تحسبنا من استغراق البرنامج مدة اطول او اقصر مما هو محدد له وهذا الاجراء ضروري بشكل خاص للبرامج التي يُعد لها نص ولم يجرِتمرين لحساب الوقت الذي تستغرقه .

لكل برنامج صيغة خاصة به لذلك يجب على المعد ان يكتب وفق هذه الصيغة الخاصة .فبعض برامج المقابلات تبدأ بمقدمة او افتتاحية للبرنامج مع اعطاء ملاحظة حول الموضوع وطريقة المناقشةومن ثم تقديم الضيف للجمهور والعض الاخر يبدأ بث البرنامج وقد بدأ الحوار فعلا وذلك لجذب انتباه الجمهور ثم بعد ذلك تُقدم افتتاحية البرنامج الاعتيادية.

وعلى كل الاحوال يجب تطبيق بعض المعايير بل وحتى القواعد الاساسية لصياغة البرنامج في جميع انواع المقابلات بغض النظر عن نوعها او اهدافها :

1. تحديد الهدف او الغرض من اجراء المقابلة.
2. تحديد نوع المقابلة وطرق اجرائها.
3. تحديد شخصية الضيف.
4. اعداد نبذة عن سيرة حياة الضيف وماضيه وبشكل خاص ما له علاقة بالمقابلة المعنيه او موضوع الحوار.
5. تحديد موقع المقابلة :في منزل الضيف او في الاستوديو ام في موقع بعض الاحداث مثل حفل افتتاح فيلم جديد او حفل لمنح الجوائز او اجتماع ومؤتمر سياسي ... الخ
6. حاول الوصول الى الذروة واجعل البرنامج اكثر حيوية لتستقطب اهتمام اكبر من الجمهور بعد ان جذبت انتباههم من خلال الاسئلة الفعالة واسئلة التحاور والمناقشة رداً على ما يطرحه الضيف.
7. حاول تلخيص الموضوع في نهاية المقابلة .

ثانيا: اعداد البرامج الوثائيقية والتوثيقية

تعتمد البرامج الوثائقية اعتمادا مباشرا على الحقائق التاريخية والثوابت والمتغيرات وتضاف لها قدرة المعد التحليلية للأمور والتي تعبر عن مدى ثقافته وبعد رؤيته وتمكنه من أدواته.

أول ما يخطر ببال معد المادة الوثائقية أو التوثيقية هو مدى توفر المادة التاريخية والجغرافية وفي أي عصر من العصور تبحر المادة وطبيعة ذلك العصر ومدى الرخاء أو العسر الاجتماعي السائد في ذلك العصر ونوعية الحكم ومدى اهتمام المجتمع في تلك الفترة والتحولات التي شهدتها تلك الفترة والمقارنة بينها وبين نفس المجتمع قبلها وبعدها وقبل ذلك كله ما الغرض من كتابة هذه المادة ومدى الربط بينها وبين الوقت والتاريخ الذي يتم فيه بثها وهل يراد بها التحريض السلبي أم الايجابي.

بعد أن يجمع المعد مادته التاريخية والجغرافية والاجتماعية والعلمية ويعيش لفترة بعقله في الفترة التي تدور فيها أحداث المادة الوثائقية يفضل أن يؤكد المادة بواسطة مدققين مختصين ويبدأ بعدها في فرز الحقائق الخاضعة لآراء متناقضة أو تحليلات متقاطعة فمثلا يتحدث بعض المؤرخين عن سقوط مدينة ما بسبب ضعف شخصية الملك بينما يرى آخرون أن خيانة الحاشية كانت السبب في مثل هذه الحالة لابد للمعد المحايد من العودة مرة أخرى للبحث من جديد والتركيز على تصرفات الملك وتصرفات الحاشية للوصول إلى ما يقنعه بالمعلومة التي يختارها لمادته ضمن المعلومات الأساسية.

بعد أن يجمع المعد مادته الحقائقية ويتأكد منها تأتي مرحلة اختيار ما يريده منها لمادته التي هو بصدد إعدادها ويفضل في هذه الحالة اختيار معظم المعلومات التي يتم طرحها للمرة الأولى أو المعلومات غير شائعة الطرح بهدف تقديم الجديد للمشاهد ويشفعها بالمعلومات الثابتة.

وحتى المعلومات التي يعرفها المشاهد من الأفضل أن يطرحها المعد بتفاصيل حقيقية غير معروفة للمشاهد أو غير متداولة للمشاهد بهدف إضافة جديد.

بعد فرز واختيار الحقائق والمعلومات تأتي مرحلة التساؤلات عن التغطية الصورية لتلك الحقائق هل هي متوفرة ؛ ولو كانت غير ذلك ما مدى إمكانيات الجهة المنتجة في توفيرها أو الاستعاضة عنها بالتقنيات الحديثة أو بواسطة رسام أو حتى بواسطة الكتابة على الشاشة.

المرحلة التالية لهذه المرحلة هي مرحلة تحديد الشخصيات التي يمكن الاستدلال بها كشاهد على الحدث كشاهد عيان أو مؤرخ أو خبير مطلع أو محلل أو غيره من الشخصيات المدعمة للمادة الوثائقية والتي تسد الثغرات التي يتركها عدم وجود الصورة لبعض الأحداث.

هنا تتجمع أدوات متكاملة يتمكن المعد عبرها من إعداد النص الوثائقي وهي :ـ

ـ المادة التاريخية أو الحقائق

ـ الصور والرسومات والكتابة

ـ الشخصيات المدعمة للمادة

-مالم يتم نشره أو تداوله من قبل

ـ الرؤية التحليلية الواضحة للأحداث

بعد ذلك تأتي مسألة تمكّن المعد من عباراته ومفرداته اللغوية لأن المادة الوثائقية تتطلب لغة عالية جدا وجمل محددة جدا ولا يعيبها مباشرة طرح الأحداث والحقائق ولكن المباشرة تأتي في سياق تسلسل قصصي أو نصي أو تحليلي متماسك وتلقائي يعتمد على الشد وجذب الانتباه والمعد الوثائقي الجيد هو من يتمكن من تنويب العوامل المتوفرة لديه وتوزيعها التوزيع الصحيح في النص كالدخول من المادة التاريخية للضيف ومنه للرسومات ثم الكتابة والتحليل وتدوير الدورة من جديد أو توزيع أدواته حسب كمية تواجدها عنده والمحاولة قدر المستطاع تكثيف المادة التاريخية الصورية والتقليل قدر المستطاع من مساحات الوجوه المستضافة التي تتكلم كلاما مباشرا.

أما في الإذاعة فتتعدد المؤثرات الموسيقية وفي معظم الحالات تتم الاستعاضة بشخصية الراوي أو المذيع للربط والاستعاضة عن فراغ الصورة والتي يرسمها كل مشاهد في مخيلته حسب تفاعله مع النص ويبقى التناول الوثائقي الإذاعي بالأسلوب الإخباري نوعا من أنواع الطرح الذي لايمكن تعييبه.

إذا النص الوثائقي الجيد هو النص المتماسك الحامل للوحدة الموضوعية بتنوع أدوات الطرح وبلغة بسيطة ولكنها عالية والمجسد لحقائق جديدة نوعا ما على المشاهدين

أما النص التوثيقي فهو غالبا ما يرتبط بمناسبة محددة وغالبا ماتكون الصورة فيه متوفرة والضيوف أيضا وقد يكون من الممكن إدخال ريبورتاجات جماهيرية سريعة لزيادة أدوات المعد.

وتكمن صعوبة النص التوثيقي في أن ما يتم تناوله قد يكون عاديا لدى المشاهد بعكس النصوص الوثائقية التي تتحدث عن أحداث وأمكنة قد يكون المشاهد سمع عنها ولم يرها مما يتطلب من المعد جهدا إضافيا في استكشاف الزوايا الميتة التي قد تثير دهشة المشاهد وما يسمى بلامرئيات المرئي وهي النقاط والأمكنة التي لاتركز عليها العيون والعقول كثيرا رغم تكرار الرؤيا.

ثالثا:اعداد البرامج المباشرة

البرامج المباشرة هي البرامج التي يتم تقديمها حية للمشاهد في التو واللحظة وتهتم في معظم الأحيان بتفاعله ومشاركته عبر الاتصال الهاتفي أو الرسائل النصية القصيرة أثناء فترة البث.

والبرامج المباشرة عادة تكون في فترتي الصباح والمساء ومن النادر جدا أن تكون في فترة الظهيرة ذلك لأن العامل السيكولوجي للمستمع أو المشاهد يكون أكثر قابلية للمشاركة في هاتين الفترتين دون غيرهما من الفترات والبرامج المباشرة غالبا ماتندرج تحت بند المنوعات أو الحلقات المرتبطة بمناسبات معينة.

إعداد البرامج المباشرة من أكثر أنماط الإعداد إرهاقا لأن البرامج المباشرة غالبا ما تكون يومية أو على الأقل أسبوعية ما يعني عدم إراحة المعد وإعطائه فاصلا لتجديد الرتم والمفردات وحتى عدم وجود الوقت الكافي للبحث والتأكيد لذلك تعتمد البرامج المباشرة خاصة اليومية منها على معلومات الضيوف أكثر من اعتمادها على معلومات المعد.

وتعتمد هيكلية البرنامج اليومي المباشر على خمسة أركان هي :ـ

ـ المقدمة والترحيب

ـ ربط الفقرات

ـ التقارير القصيرة والفواصل والريبورتاجات

ـ حوارات الضيوف والمشاهدين

ـ الختام

بعض المعدين يجزءون الإعداد بحيث يقومون بإعداد كل ركن على حدة ومن ثم يقومون بتجميع الأركان وتوزيعها على الحلقات وبعض آخر ولعامل الوقت يكتبون النص لحمة واحدة ويتركون أمر التجزئة للمخرجين.

والحقيقة أن الإعداد عن طريق التجزئة يصلح في حالة وجود معد أساسي وعدد من المعدين المساعدين أو المشاركين حيث يتم توزيع الفقرات حسب التخصص والإمكانيات ومن ثم يقوم المعد الرئيسي بتجميع الأجزاء وربطها بنص واحد والبرامج المباشرة لاتخضع لقواعد معينة وإنما يكون مقياسها في الغالب هو تكوين الفريق.

فالفريق الذي يضم مجموعة متماسكة ومتفاهمة من المعدين قد لايحتاج لنص أو سكربت مبدئي وإنما يقوم كل معد بإعداد ما تجود به مخيلته من الفقرات حسب استيعابه لطبيعة البرنامج ومن ثم يبدأ المعد الرئيسي وفق الفقرات المعدة أو المصورة من تكوين النص عبر الربط بين الفقرات وهو أسهل الطرق لخروج البرنامج بصورته النهائية غير المختلة.

بعض المعدين الرئيسيين يتخذون قواعد صارمة وذلك من خلال وضع ـ سكربت ـ أو خارطة للنص لايجوز الخروج عنها وإنما يكون لكل معد مساعد حصته الممنوحة له مـن إعـداد التقـارير أو الفواصـل أو المواد المرادة في الفقرات.

وغالبا ماتتثبت فقرات وترتيبة البرنامج اليومي مثلا ـ مقدمة ـ مطـبخ ـ ضـيف ـ عـودة للمطـبخ ـ مسابقة ـ اتصالات ـ ضيف ـ سياحة ـ عودة للمطبخ واتصالات ـ حل المسابقة والختام.

وتكون على سبيل المثال نموذجا هيكليا أساسيا يأتي في كل يوم مع اختلاف الطرح والضيوف ثم تأتي فقرات أخرى بالإحلال والإبدال لتجديد روح البرنامج في كل فترة من الفترات.

ومثل هذه البرامج غالبا ما تكون برامجا أساسية في كل محطة وتكون مؤطرة في الجوانب الخدمية الهادفة لبناء المجتمع حسب توجه القناة أو المحطة الإذاعية.

ويعتمـد معـدوها عـلى ربـط الفقـرات بالفواصـل المكالماتيـة لأنهـا تعتمـد أساسـا عـلى المـشاركة الجماهيرية التي تقيس بها القنـاة جماهيريتهـا في معظـم الأحيـان وهـي مـن الـبرامج التـي تعتمـد عليهـا قنوات كثيرة كمصدر من مصادر الدخل وذلك لإمكانية إدخـال كـل وسـائل المـشاركة المدفوعـة كـالإعلان التجاري والرعاية والرسائل النصية القصيرة ورسـائل المحمـول وغيرهـا مـن وسـائل الـدخل المـادي لأجهـزة الإعلام.

وتعتمد البرامج المنوعـة عـلى مخاطبـة أكـبر قـدر مـن فئـات المـشاهدين لـذلك تتعـدد الفقـرات لترضي كل الأذواق والاهتمامات وغالبا ماتكون المسائل والاهتمامات الحياتية اليومية أساسا لتلـك الـبرامج مثلا استـضافة أطبـاء في تخصـصات معينـة وشـيف لتعديـد أصـناف وطريقـة طبخـات متعـددة ومـدرب رياضة بدنية لتمارين خفيفة وخبير أو خبيرة تجميل وباحثين نفسيين واجتماعيين لضبط القواعد السلوكية وعـشابين ومـا إلى ذلـك مـن اهتمامـات الحيـاة اليوميـة ... وتركـز معظـم الـبرامج اليوميـة المبـاشرة عـلى مخاطبة النساء وربات البيوت لأنهن العنصر الأكثر تواجـدا أمـام التلفـاز في أوقـات البـث.... لـذلك تركـز

على الاهتمام بالبيت كالأثاث والديكور وتربية الأطفال والاهتمام باستقرار الحياة الزوجية ومنتجات التجميل والموضة والميكياج وما إلى ذلك من اهتمامات المرأة.

الشق الثاني من البرامج المباشرة هو البرامج الحوارية التي تركز على قضايا معينة ثقافية كانت أو اجتماعية أو سياسية أو حتى دينية وغالبا ما تأتي في الجزء الثاني من المساء وهو الوقت الذي يكون فيه معظم الرجال قد آبوا لمنازلهم وتركز على الطبقات المثقفة وعلى الرجل أكثر من المرأة.

ويعتمد إعداد هذه البرامج على اختيار القضية موضوع النقاش والضيوف المتعددة أو المتقاطعة آرائهم حول القضية موضوع النقاش وتعطي فرصا أكبر لمشاركات المشاهدين وتعتمد في إعدادها على سبعة محاور هي:ـ

- المقدمة والترحيب
- تقارير ومعلومات عن القضية موضوع النقاش
- فواصل ونمازج متعلقة بالقضية
- محاور نقاشات الضيوف والمشاركين
- الريبورتاجات التدعيمية
- آراء مصورة لمختصين
- الختام

وتعتبر البرامج الحوارية من أصعب البرامج إعدادا وأتعبها بحثا للمعد ذلك أن أي معلومة ترد من جانب المعد يتم تأكيدها من أكثر من طرف وذلك لطبيعة الطبقة التي تشاهد هذه البرامج والتي قد يكون معظمها أكثر تخصصا من المعد في المادة موضوع الحوار وأن أية معلومة خاطئة ستكشف ضعف المعد وعدم تمكنه من مصادر معلوماته لذلك يلجأ معظم المعدين لتحميل المسؤولية للضيوف ولقسم من المشاهدين المشاركين.

أما البرامج المباشرة الخاصة بمناسبة معينة فتعتمد في إعدادها على مواد معلوماتية كاملة عن المناسبة وتكثيف تلك المواد لإظهارها كإنجازات كبيرة مع قيادة المشاهدين

للفخر بها والانتماء إليهاوتعتمد البرامج المناسـباتية عـلى أقـوال وإنجـازات مختلفـة إضـافة للريبورتاجـات والضيوف والأغاني والأناشيد والأشعار الحماسية التي تختص بالمناسبة.

والبرامج المباشرة عموما بالإمكان أن يتم بثها من مكان واحد من داخل ستديو يتم تشييده بشكل ومواصفات معينة تتناسب مع طبيعة البرنامج وتضم عدة أمكنة جمالية أو بواسطة عربة نقل مـن خـارج الاستديو خاصة في الاحتفالات والمناسبات الرسـمية أو بواسـطة كـاميرا مـايكرو يـف خارجيـة تتنـاوب مـع الاستديو في نقل الفقرات.

ولإعداد النقل الخارجي يحتاط المعد بمواد يتم إدخالها في حالات الخلل الفني أو المتاعب المتوقعة من وجود جمهور أو عدم وجوده.

رابعاً:اعداد البرامج المشتركة

البرامج المشتركة نوع من أنواع برامج المناسبات ويكون النقل فيها متناوبـا بـين أكـثر مـن قنـاة وفي قناتين تلفزيونيتين على الأرجح ودائما يكون مباشرا إلا في حالات الإعادة بالطبع.

وتتطلب البرامج المشتركة وجود فريقين تلفزيونيين في المحطتين وإعداد النص بطريقة مرنة تحتـاط لكل الاحتمالات المتوقعة كما تحتاج تنسيقا دقيقا بين فريقي المعدين

في الغالب يحتاج إعداد البرنامج المشتركة إلى:ـ

- مقدمة ترحيبية.
- تعريف بالمناسبة وتنويه بالربط.
- جمل الربط بين فريقي القناتين.
- ضيوف في ستديو كل قناة.
- فقرات ربط.
- تقارير وريبورتاجات .
- وسائل تدعيميه كالأشعار والأقوال والأغاني والأناشيد.

ودائما لاتقل مدة البرنامج المشترك عن الساعة وهي من أصعب البرامج إعدادا

خامساً:اعداد برامج المسابقات المباشرة والمسجلة

تتفاوت برامج المسابقات بين المباشرة والمسجلة فالبرامج المسجلة تبقى أسهل من البرامج المباشرة بسبب إمكانية إخفاء الأخطاء والعيوب عن طريق المونتاج وإمكانية إعادة الفقرة التي يتم أداؤها بطريقة سيئة وسهولة السيطرة على الحلقة.

أما البرامج المسابقاتية المباشرة فشأنها شأن كل البرامج المباشرة تشبه مخاطرة المسرح حيث يصعب التغلب على الأخطاء وإخفاء العيوب غير أن البرامج المباشرة تحمل نكهتها الخاصة من حيث المشاركات الخارجية وتفاعلات المشاهدين وتواصل المذيع مع المتلقي مما يسهم في إثراء الحلقة والارتقاء بالمتلقي من مشاهد إلى مشارك رغم خطورة ذلك الأمر على توجهات القناة وإمكانية إحراج المذيع أو على الأقل إرباكه في حال عدم تمكنه ؛ وهي اختبار حقيقي لإمكانيات وتمكن المذيع وكذلك اختبار حقيقي لقدرات المعد الذي يجب أن يملك أدواته بما فيه الكفاية لرصف الطريق أمام نوعية الآراء والمشاركات الجماهيرية وتشكيل وقاية كافية للمذيع ضد المفاجآت من خلال الطريقة التي يعد بها الحلقة ومن الضروري جدا لمعد المسابقات التأكد التام من مصدر معلوماته وتجنب الأسئلة التي تحتمل أكثر من إجابة ذلك أن المذيع في الغالب يتقيد بالإجابة الوحيدة التي يضعها المعد للسؤال حتى لا يفتح بابا للتشكيك في مصداقية البرنامج والتي تقوده تلقائيا للسقوط في براثن الفشل.

وتتعدد الأنماط الإعدادية في برامج المسابقات مابين مسابقات حركية وذهنية ومعلوماتية ، فالمسابقات الحركية تبقى أقل خطورة في السقوط في هوة التشكيك ذلك أنها تعتمد على الأداء الجسماني المشاهد شأنها شأن الرياضة.

ويجب أن تكون كل حركة من الحركات المسابقاتية تقود إلى مدلول معين أو بالأصح إلى قيمة معينة وتكون فيها فائدة لأن برامج المسابقات ليست للإمتاع والترفيه فحسب ولكنها تؤدي أدوارا اجتماعية وصحية ونفسية كبيرة.

أما برامج الذكاء فتعتمد على الخدعة التي تنمي في المتلقي قوة الملاحظة فمثلا (أمر أمير الأمراء بحفر بئر في الصحراء ليشرب منها الفقراء... فكم راء في ذلك) ؟؟؟؟ بالتأكيد المشاهد غير الملاحظ أو من ليست لديه قوة ملاحظة وتركيز يبدأ بعد حرف الراء غير أن قوي الملاحظة يدرك أن المقدمة الطويلة المسجوعة للسؤال ليست سوى خدعة وأن السؤال الحقيقي يكمن في الشق الأخير (كم راء في - ذلك -) وبالتأكيد لاتوجد راء في كلمة ذلك.

أما مسابقات الأسئلة والإجابات فتركز على حصيلة المعلومات عند المشاهد وفي ذات الوقت تعطي معلومات جديدة للمشاهد وتزيد من حصيلته.

وهناك نمطا آخر من أنماط المسابقات وهو المسابقات الدعائية أو الإعلانية وتتسم بأسئلة أقرب للإجابة منها على الأسئلة ويكون الهدف منها تعريف المشاهد بالجهة المستهدفة أو منتجاتها أو أي شيء يختص بها.

أما مسابقات الرسائل النصية القصيرة فلا تحتاج جهدا إعداديا كبيرا ذلك أنها تعتمد على الأسئلة السهلة جدا ذات الإجابات الأسهل لأن الهدف منها المشاركة ومساهمة المشاهد غير المباشرة في التكلفة أو جني الأرباح.

وهناك نمط آخر من أنماط المسابقات هو مسابقات الحظ وهذه تحتاج من المذيع لجهد الفكرة ونسجها بطريقة جاذبة وهي من المسابقات الصعبة الإعداد نوعا ما ذلك أن الأفكار الجديدة تحتاج جهدا أكبر وهذه المسابقات لاتعتمد على السؤال في بعض الأحيان بل تعتمد على الحوارات القصيرة وحتى هذه الحوارات يجب أن تكون هادفة ومثال لهذا النمط من برامج المسابقات برنامج الحظ الذي يلتقي بالناس في الشارع فيهبهم ما يغير مجرى حياتهم من جوائز مجانية أو كذلك الذي يجد سيارة قديمة فيقوم بإصلاحها وتغيير معالمها للأفضل بحيث تستعصى معرفتها على صاحبها.

وتتعدد برامج المسابقات وتتنوع دونما قاعدة معينة لأنها تعتمد بالأساس على فكرة المعد وفيها مساحات حرة لابتكار الأنماط ... فبرنامج (ستار أكاديمي) فكرة

مبتكرة و(من سيربح المليون) فكرة ذات نمط آخر و(وزنك ذهب) نمط مختلف و(المستثمر) نمط لايشبه هذه الأنماط وغيرها وغيرها من برامج المسابقات العربية أو الأجنبية أو المستنسخة ان القاعدة الأساسية الثابتة في إعداد برامج المسابقات تبقى دائما هي الشد والمتعة الترفيهية مع المدلول والهدف.

وتبقى برامج مسابقات الكبار أسهل إعدادا من برامج مسابقات الأطفال لأن برامج مسابقات الأطفال تكون أكثر صرامة في تأكيد المادة والهدف وأيضا في التركيز على السلامة خاصة في البرامج الحركية فما يتلقاه الكبير من معلومات بإمكانه المجادلة فيه ونقده وقبوله أو رفضه أما المعلومة التي تصل للطفل فتشكل أساسا قاطعا يتم تخزينه والاستعانة به كمرجع أساسي في كل حياته . لذلك يلعب معد الأطفال دورا كبيرا في تشكيل ملامح المجتمع ليس الآني فحسب وإنما الآتي أيضا ولهذا السبب تخضع برامج الأطفال خاصة المسابقاتية منها للرقابة التلفزيونية الصارمة وهو ما يؤدي لعزوف المنتجين عنها أو الإقلال في إنتاجها.

سادسا:اعداد برامج الرأي العام

الرأي العام أو التوجيه المعنوي في بعض التسميات يعني توجيه المشاهد وتعبئته باتجاه معين وإعداد برامجه من أخطر أنواع الإعداد وأصعبها ذلك أن الإعداد أمانة يسأل الله عنها المعد عند موته وذلك أن الشيء الطبيعي أن تكون لكل معد رسالة مجتمعية أو بالأصح إنسانية سامية تفرض عليه الحياد والنظر لكل الأمور بعين مجردة من كل شيء ... عين المعد يجب أن تكون مفتوحة فقط على القيم الإنسانية الكاملة.

برامج التعبئة العامة لها معدوها المتخصصين وهم في الغالب ينظرون بعين واحدة ويغمضون العين الأخرى في برامج التعبئة السياسية ... ومثال لذلك أن تكون هناك حالة من الاحتقان بين دولتين أو طرفين سياسيين كما يحدث على سبيل المثال دائما بين مصر والسودان أو كنموذج لذلك ما حدث بين العراق والكويت أبان الأزمة والحرب وبعدهما ...وأقرب دليل على ذلك أن جيلنا وما سبقه من أجيال تعبأت على أن اليهود

هم أعداءنا وهم مغتصبو فلسطين وأن القدس هي العاصمة الأبدية لفلسطين ولما عقد الرئيس المصري الراحل محمد أنور السادات اتفاقية (كامب ديفيد) عجز المعدون المصريون رغم خبراتهم المشهودة من عكس تيار التعبئة الجماهيرية وفشلت كل محاولات من حاولوا منهم ذلك أنهم قبل الاتفاقية كانوا ينادون بعكس ما يحاولون الترويج له بعد الاتفاق وجاءت النتائج مضادة انتهت بمقتل الرئيس في حادثة الإسلامبولي الشهيرة.

وحتى على المستوى القومي وبعدما تغيرت الأحوال والظروف نجد معظم المعدين الكبار يحجمون عن إعداد برامج التعبئة التي تسوق للتسوية والتطبيع إما بسبب مواقفهم الثابتة أو بسبب ما أعدوه قبلا على أية حال يبقى إعداد برامج التعبئة السياسية مخاطرة كبيرة للمعد.

وتحتاج برامج التعبئة السياسية لمعد يقرأ تاريخ الطرفين جيدا ويملك المقدرة الكاملة على المقارنة والربط واستدعاء المواقف ونوعية الشخصيات التي يتم الاستشهاد بها أو الترويج لها كما يجب أن يملك حصيلة لغوية قوية من الكلمات التي تلهب الحماس وتدغدغ العواطف وتحول المستمع أو المشاهد من مجرد متلقي لمتفاعل يملك الاستعداد لحمل السلاح.

وفي معظم الأحيان يعتمد إعداد برامج التعبئة السياسية على تفخيم طرف وتحقير الطرف الآخر ويعتمد على الصورة في التلفزيون بدرجة كبيرة.

إعداد برامج التعبئة العسكرية برامج التعبئة العسكرية تقوم على محورين أحدهما بث روح العزيمة ورفع الروح المعنوية في طرف وفي ذات الوقت بث روح الانهزامية والإحباط في الطرف الآخر ، وتعتمد برامج التعبئة العسكرية على مقدرة المعد في اللعب بالألفاظ واستدعاء الأشعار والأغاني والأناشيد الحماسية والاختيار الدقيق للألفاظ التي تغطي الصور مع الاعتماد على الجمل القصيرة المتكاملة التي تبث الروح الوطنية وترفع وتيرة الاستعداد للقتال.

ويقع معد برامج التعبئة العسكرية في تأثيرات الضغوط النفسية الهائلة خاصة لو كان يتبع الطرف الخاسر أو المهزوم ذلك أن إحساسه بالهزيمة والانكسار الداخلي يمثل عاملا نفسيا يؤثر في اختيـاره الألفـاظ المناسبة التي قد يحاول بها حسب مقتضيات الضرورة مغالطة الحقائق الماثلة على الأرض إضافة لأنه يجـد نفسه كالخياط الذي يقوم بتفصيل ما تمليه عليه الجهة التي يعمل لحسابها.

وتعتمد آلية إعداد مثل هذه البرامج على إخفاء الكثير من الحقائق وتفخيم الحقائق المسموح بهـا أو تحقيرها وهو ما يفقد المعد المصداقية حتى بينه وبين نفسه.

سابعا:اعداد برامج التعبئة العامة

تعتبر برامج التعبئة الاجتماعية من أفضل البرامج التي ينصح المعدين بعدم التردد في إعدادها ذلك لأنها برامج بناء لا هدم وأن آثارها موجبة وليست سالبة ومن أمثلة برامج التعبئة الاجتماعية برامج حـض المزارعين على الزراعة من أجل الاكتفاء الذاتي وبرامج الحصاد والتكافل وحملات النظافة العامة وغيرها من المسائل الشبيهة.

وتحتاج هذه البرامج من المعد خبرة في التعامل لغويا وموضوعيا مع الفئـة المـستهدفة زائـدا عـلى اختياره المعينات الغنائية والـشعرية والاستـشهاد بـالمواقف والمقـدرة عـلى نـسج الجمـل القـصيرة المعـبرة والمحفزة الأشبه بالمانشيتات الصحفية وهي من البرامج التي لاتعيبها مباشرة الطرح بل تـدعمها في معظـم الأحيان عكس معظم البرامج التي تعتبر المباشرة فيها عيبا إعداديا يستوجب النقد.

ثامنا:اعداد برامج التعبئة للحملات

وهي نوعية من البرامج التي تأتي بين حين وآخر وتتطلـب مـن المعـد جهـدا كبـيرا في إعدادها فمثلا حملة مكافحة المخدرات وحملة مكافحة السرطان وحملة النظافة وهي أشبه ما تكون في إعدادها ببرامج المناسبات والأعياد ومعظمها يكون مباشرا وتتطلـب آليـة إعـداد هذه النوعية من البرامج تحضيرا جيدا مـن المعـد ومعرفـة تامـة بالمـادة التـي يـتم الـترويج

لها كما أنها عادة تمزج بين التقارير الوثائقية والريبورتاج الجماهيري والمباشرة والاستشهاد بمتخصصين وأيضا لقاءات مع القائمين على الأمر.

تاسعا: اعداد برامج الكوارث

قد تمنى الدولة أو المنطقة التي يعمل فيها المعد بكارثة من الكوارث الطبيعية كالفيضانات أو الهزات الأرضية أو حمم بركانية متدفقة أو حتى وباء مرضي معين.

وتكون أجهزة الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في الغالب متفرغة لمثل هذا الحدث مما يضع ضغطا مضاعفا على المعدين لأن إعداد برامج الكوارث يحتاج لغة خاصة تنسجم مع الحالة العامة التي يعيشها المتلقي وتحتاج المادة المعدة في تكوينها لكلمات منتقاة تلعب دورا مزدوجا هو العزاء ورفع الروح المعنوية في ذات الوقت فمواساة أسر الضحايا تتطلب التسرية عنهم للتخفيف من معاناة الفقد والحديث مع المصابين يجب أن يتجاوز هم الإصابة لأمل الشفاء وفي ذات الوقت يجب تعميق آثار الكارثة لحث الجهات المستهدفة على تقديم الدعم والعون.

ويحتاج إعداد برامج الكوارث لمعد يملك خاصية التفاعل مع كل هاتيك الأمور خاصة لو كان المعد نفسه من المصابين بفقيد أو ضرر ما.

إذا لإعداد مادة الكوارث يجب على المعد امتلاك القدرة على تعميق وإبراز حالات الضرر وفي ذات الوقت التهوين على المتضررين وهي لعبة صعبة جدا تحتاج لامتلاك خيوط إعدادية عالية المستوى ذلك أن افتراض اللقاء مع الضحايا قد يكون موعده غير مناسب وأن يكون الشخص الذي يجب أن يلتقيه المايك أو الكاميرا غير مستعد نفسيا لذلك خاصة وأن اللقاءات في مثل هذه الأحوال غالبا لا تكون مرتبة مما يحتاج من المعد براعة في إعداد المادة الحوارية التي تجعل الملتقى به يتحدث بعفوية أو بالأصح يجدها متنفسا لما يكبته من قول ... ويجب أن تتسق المقدمة والختام مع ما تحمله المادة المعدة من أبعاد فالبرامج الكوارثية تختلف باختلاف أنواع الكوارث وأيضا باختلاف المدى الزمني للكارثة فإعداد البرامج التحذيرية قبل الكارثة تحمل لغة غير التي تحملها

إعداد البرامج التي تجيء وقت الكارثة وأثناء كونها طازجة غير اللغة المستخدمة ما بعد الكارثة وبقاء آثارها.

عاشرا:اعداد برامج الحداد العام

الحداد العام يأتي بموت جماعي كسقوط طائرة أو غرق سفينة أوعبارة أو اصطدام قطارين أو حتى تدهور حافلة ركاب وغيرها من الحوادث التي تتميز بالفناء الجماعي ... وهناك شق آخر من حالات الحداد العام كموت علم من أعلام الدولة والمجتمع.

إعداد برامج الحداد العام يحتاج من المعد تعميق حالة الفقد وقيادة المتلقي باتجاه التأثر به والتفاعل معه خاصة وأن معظم المشاهدين قد لايهمهم الفقد بالدرجة الأولى وأن البرنامج قد يأتي بديلا لمادة محببة ينتظرها المتلقي كمسلسل أو برنامج مسابقات أو غيره من البرامج الجماهيرية ومهمة المعد في هذه الحالة أن يجعل المادة التعويضية مادة جاذبة.

ويخطئ الكثيرون باعتقادهم أن المادة الحزينة لا يمكن أن تكون جاذبة ... على العكس فالمادة الحزينة قد تكون جاذبة أكثر من المواد غير الحزينة في كثير من الأحيان لو أحسن المعد نسج خيوطها لأن المادة الجاذبة هي المادة التي تلفت الانتباه.

والمعد الجيد هو من يستشهد بشواهد قد تكون خافية على الجمهور ويستدعي المواقف التاريخية للحدث فمثلا في حالة احتراق طائرة بركابها ... قد يكون الحدث عاديا بعض الشيء ويهم بالدرجة الأولى أسر الضحايا وأقاربهم ومعارفهم .. غير أنه من الممكن أن يكون جاذبا في حال ولوج المعد بإعداده حوادث مماثلة حدثت في نفس المنطقة والأسباب المفترضة للحادث والصندوق الأسود وكيفية البحث عنه وهل تم العثور عليه أم لا وماهو الصندوق الأسود ولماذا لايحترق مع الطائرة وماذا دار في اللحظات الأخيرة للمأساة في تسجيل الصندوق وتاريخ كوارث الشركة التي تنتمي لها الطائرة المنكوبة وما إلى ذلك من مواد تجعل من الخبر الصغير الذي هو سقوط طائرة بركابها مادة برامجية تملك كل خواص الشد والمتابعة.

على كل فان إعداد برامج الرأي العام على اختلافها يحتاج لعدة عوامل منها :

1. المعرفة الجيدة للتاريخ
2. التأكد من صحة المعلومة
3. امتلاك الناصية اللغوية ذات الألفاظ الخاصة
4. المعرفة التامة بمزاج الشريحة المستهدفة
5. اختيار الضيوف المناسبين
6. اختيار المادة الحوارية المناسبة للقاءات والريبورتاج
7. التدعيم بالتقارير القصيرة
8. المقدرة على نسج الجمل القصيرة المتكاملة

الحادي عشر: اعداد برامج ذوي الاحتياجات الخاصة

ليس سهلا على أي معد أن يعد برنامجا لذوي الاحتياجات الخاصة سواء كان هذا البرنامج خبريا أو قصصيا أو حتى منوعاتيا أو متخصصا في جزئية من جزئياتهم فالتعامل مع ذوي الاحتياجات الخاصة يحتاج مهارة كبيرة وتوازنا فائقا ذلك أن فئاتهم تبقى فئات حساسة خاصة وأن معظم معدو برامج ذوي الاحتياجات الخاصة هم أشخاص أسوياء أي أنهم لاينتمون ظاهريا لأي فئة من هذه الفئات بما يجعل تعامل تلك الفئات معهم محاطة بالكثير من الحذر لأن المعد قبل ن يشرع في كتابة البرنامج لابد له من الإيمان بقضيتهم والاختلاط معهم ومحاورتهم ومعرفة مشاكلهم وما ينقصهم وما يحتاجونه وما يسعدهم وما يغضبهم وما إلى ذلك من أمور ولابد له أن يعيش حالتهم قبل وأثناء الكتابة.

ومن الأخطاء الكبيرة التي سقطت فيها المواد الإعلامية التي تناولتهم هي الترضية السالبة ففي بعض الأفلام ومثال عليها (أحدب نوتردام) الذي يعتبر من أشهر الأفلام التي تناولت ذوي الاحتياجات الخاصة حاول مؤلف الفيلم وكاتب السيناريو زرع

الإحساس بالقوة في شخصية المعاق فوقع دون قصد في تصويره بالشخصية الشريرة التـي تـأتي عـلى سـياق المثل القائل (كل ذو عاهة جبار) وهو ما يعد نقطة سلبية في برامجهم.

وفي ذات الوقت صورت بعض الأعمال المعاق على أنـه شخـصية ضـعيفة عـاجزة تـستحق الـشفقة والإحسان وهذا ما يرفضه التوازن إذا يجب أن يكون في حدود المعاق الـذي يتحـدى بإرادتـه تلـك الإعاقـة ويتعاطى مع الحياة بعادية مطلقة شأنه في ذلك شأن الأسوياء فتدليل المعـاق في المـادة الإعلاميـة مفـسدة للمعاق والقسوة عليه غير مقبولة اجتماعيا ونفـسيا وأيـضا تحقـيره مرفـوض في كـل الأعـراف والمعتقـدات لذلك تبقى عملية التوازن في التناول مسألة صعبة ومعقدة وتحتاج مهارات خاصة المعاق نفسه.

والعمل في إعداد برامج ذوي الاحتياجـات الخاصـة يحتـاج الكثـير مـن المهـارة والكثـير مـن الـصبر والكثير من الوعي وأيضا يحتاج اللغة الخاصة والمفردات الخاصة ويخطئ الكثير من معدي هـذه البرنـامج في اتجاه المخاطبة إذ أنهم لايميزون الفئة المستهدفة لذلك تأتي أغلـب الـبرامج الخاصـة بالمعـاقين لتخاطـب الأسوياء وتحدثهم عن المعاقين بدلا من توجيه خطابها المباشر لذوي الاحتياجات الخاصة.

ويخطئ العديد من معدي الإعلانات والتنويهات التلفزيونيـة والـذين لايحـسبون حـساباتهم عـلى مشاهديهم مـن بعـض فئـات ذوي الاحتياجـات الخاصـة ففـي كثـير مـن الأحيـان نجـد إعلانـات الـبرامج التلفزيونية تنتهي عملية التعليق فيها بعبارة (برنامج .... يأتيكم في الأوقات التالية) وبعـد ذلـك يـسكت المعلق وتتم كتابة التوقيت على الشريط دون تعليق وهذا بالتالي يفقد ذوي الإعاقـة البـصرية عـلى سـبيل المثال من متابعة البرنامج أو معرفة توقيته حتـى لوكـان يهمهـم ولا تـستغربوا فقـد أثبتـت الدراسـات أن المكفوفين يتابعون البرامج التلفزيونية بشغف خاصة البرامج الحوارية التي يصدق فيها قول الـشاعر الأذن تبصر قبل العين أحيانا لو جاز لنا استبدال كلمة تعشق بكلمة تبصر.

وبكل أسف ورغم مايمثله ذوو الاحتياجات الخاصة من أرقـام كبـيرة ضـمن أرقـام مـشاهدي التلفزيـون إلا أن لغـة الإشـارة تنتـشر عـلى اسـتحياء بـل أن معظـم الأجهـزة

الإعلامية لم تفكر بعد في إدخالها على برامجها والسبب في ذلك أن المعدين لا يعبأون بتنبيه الإدارات خاصة التلفزيونية بمدى تعاظم هذه الشريحة ومدى أهمية إدخال لغة الإشارة عليها.

الثاني عشر: اعداد برامج الكاميرا الخفية

تعتمد الكاميرا الخفية في إعدادها على قراءة المعد الجيدة لطبيعة المجتمع لأنها تعتمد بالأساس في فكرتها على ردة الفعل وانفعالات الوجه والجسم والوصول بالمستهدف في التصوير إلى حالة الخروج عن الطور أو التصرف غير الطبيعي أو ردة الفعل التي تخلفها المفاجأة أو الخوف.

وتحتاج الكاميرا الخفية من المعد أن يتخيل المواقف التي تخرج المستهدف من طوره الطبيعي وفي ذات الوقت تشكل مشهدا تسلويا إمتاعا للمشاهد.

وتنقسم الكاميرا الخفية إلى قسمين:-

1. الكاميرا الخفية المعتمدة على المواقف الحوارية.
2. الكاميرا الخفية الصامتة أو غير الحوارية.

والكاميرا الخفية الحوارية تعتمد على حوار مؤديها مع الصيد المستهدف وإيصاله لحالة من الانفعال حسب قوة الموقف وينتهي الانفعال بتهدئته عبر إعلامه أن ما حدث ليس سوى مقلب تم تمثيله معه.

أما الكاميرا الخفية الصامتة فتعتمد على أشياء يتعامل معها المستهدف ويخرج منها الموقف بصورة غير طبيعية ينتج عنها رد الفعل مثلا يضع الدرهم في ثلاجة البيبسي وعندما يحاول أخذ العلبة تجذبه يد إلى الداخل ... أو ماء يرش عليه أثناء سيره وما إلى ذلك من مواقف لا تحتاج حوارا مباشرا بينه وبين المؤدي سوى ذلك الحوار الذي يهدف لإعلامه بأنه وقع في فخ مقالب الكاميرا الخفية.

ومن المفترض في معد الكاميرا الخفية مراعاة الذوق العام وعدم إحراج المستهدف بما يخدش حياءه أو ما يخلف له نقدا اجتماعيا أو ما يشكل انتقاصا أو استفزازا له لأن

الغاية من الكاميرا الخفية مواقف لطيفة لا تؤثر على هيبة الشخص المستهدف بل على العكس تحاول صنع البسمة له ولغيره لإخراجه من جو الضغوط الحياتية اليومية وإراحة أعصابه لاخلق توتر جديد في حياته لذلك شددت قوانين حماية الملكية الفكرية والقوانين الخاصة بالبث في التصديق على مواقف الكاميرا الخفية وراعت الكثير من النقاط التي شكلت سلبيات اجتماعية كبيرة في العديد من برامج الكاميرا الخفية وأصبح البث في معظم الأحيان يخضع لرأي من تم معه المقلب ومن حقه اللجوء للقضاء لو تم البث دون علمه وكان يحمل تجريحا له أو يلحق به أي ضرر.

ومن المفترض لا لمعد الكاميرا الخفية فحسب بل لكل معد أن يكون ملما إلماما كاملا بقوانين النشر وحماية الملكية الفكرية وكافة القوانين الإعلامية والتشريعات الخاصة بالإعلام وأن يعرف دهاليزها ومقتضياتها وثغراتها حتى لا يقع سهوا في خطأ قد يكلفه الكثير بما في ذلك حياته المهنية.

الثالث عشر:اعداد الاعلانات

تنقسم الإعلانات إلى إعلانات تجارية وإعلانات خدمية وللإعلانات معدوها الخاصين المتخصصين فيها وإعداد الإعلان ليس بالأمر السهل فالتقنيات الحديثة التي طالت المجال الإذاعي والتلفزيوني أسهمت كثيرا في تطوير الإعلان والقفز به من التقليدية العادية إلى ما يقارب الخدع المبتكرة.

والإعلان يعتمد بالأساس على الفكرة وقد تكون الفكرة في ظاهرها بعيدة كل البعد عن موضوع الإعلان ولكن معد الإعلان يعود لأساسيات الفكرة بربطة قصيرة في نهايته :

فمثلا شاهدت في أحدى وسائل الإعلان إعلانا يقول:-

لابد للسيارة من طريق تسير عليه.

ولابد للقمر من سماء يظهر عليه.

ولابد للمرء من رئة يتنفس بها.

ولابد لحياتنا من حليب إل.........

الجملة الأخيرة هي أساس الإعلان لأن الإعلان عن الحليب ولو لاحظنا شكليا لاتوجد صلة بين السيارة والقمر والحليب ولكن ذكاء المعلن ربط بينهما في وصلة النهاية ببساطة متناهية.

وبالتأكيد الإعلان وبالذات التلفزيوني لايعتمد على العبارات فحسب إذ لابد له من سيناريو مذهل لايقل روعة عن الكلمات بل من المفترض أن ينافسها ويتفوق عليها في الإبهار والإدهاش.

وتكمن صعوبة الإعلان في أنك تريد أن تختصر كل ما تفكر فيه وكل ماتريد قوله وأن تختصر الفكرة كاملة في ثواني معدودة تتراوح غالبا بين الخمس والخمسة عشر ثانية ونادرا ما يتجاوز الإعلان هذه الفترة بسبب تكلفة البث أو بسبب التعطيش الذي هو الأساس الجيد المتين لأي إعلان.

فمن غير المحبب أن تعطي كل شيء بل الأفضل أن تترك لعنصر التشويق مكانته التي تؤثر إيجابا في مردود الإعلان على المعلن إذا الإعلان يحتاج معدا يملك خيوط أسلوب السهل الممتنع ويملك خاصية ابتكار الفكرة الجيدة .

وهناك شق آخر من الإعلانات يعتمد مائة بالمائة على السيناريو ويتركب فقط من الصورة والخلفية تكون إما موسيقى أو مؤثرات صوتية وهو إعلان صعب الإعداد وبعض المعدين يكمله بكتابة على الشاشة.

ونموذج لذلك إعلانات الشركات الكبرى كالبيبسي والسفن أب والثريا وغيرها من الإعلانات التي تعتمد فقط على الصورة التي تشرح بلا كلام أو تعليق ... ومنها على سبيل المثال إعلان لجسر يمتد على البحر ويخترقه إلى الصحراء ومن الصحراء تنبت مدينة ويختتم الإعلان باسم المدينة مكتوبا ومن الأفضل لوصول الفكرة كاملة للمشاهد أن يساهم المعد مع المخرج في اختيار المؤثرات الصوتية أو الموسيقى المناسبة للإعلان ذلك أن

الشكل الحقيقي للإعلان في صورته التي لاتصل بالضرورة كاملة للمشاهد موجود في عقل المعد لأنه المؤلف الحقيقي للفكرة.

الرابع عشر : إعداد الخدع والمفاجآت وفقرات الترويج Promotion

يعتبر إعداد الخدع البصرية وفقرات الترويج من أصعب أنواع الإعداد على الإطلاق ذلك أنه يعتمد بالأساس على أفكار مغرقة في الخيال الواسع جدا وتحتاج تفاهما كبيرا جدا بين المعد والمخرج وفني المونتاج أو الجرافيك والمصور في اللقطات التي تحتاج تصوير ... وتحتاج كل حركة في الفكرة لجلسة حوار ونقاش كبيرة بين المعد والمخرج ذلك أن مثل هذه الأفكار تنشأ كفكرة أولية في ذهن المعد ثم بعد ذلك يبدأ المعد تنقيحها وتشذيبها حتى تكون قابلة للتنفيذ التلفزيوني وفق الشروط المهنية المتعارف عليها وبعد ذلك عليه إيصال الفكرة بكل تعقيداتها للمخرج حتى يتم تنفيذها بالمقاس أو بالمسطرة كما جرى التعبير.

وغالبا لايتم تنفيذ هذه الأفكار مائة بالمائة بذات القدر الذي تنبت به في ذهن المعد بل تعتبر الستين أو السبعين بالمائة من تنفيذها نجاحا هائلا.

ومن أمثلة هذه الأفكار التنويهات القصيرة والفواصل البرامجية وفواصل الشعارات ومقدمات البرامج المبنية على أفكار متداخلة ومعقدة ومثال لذلك سيارة بها شخص تسقط من أعلا الجسر في الماء وترتطم قبل سقوطها في الماء بسلك كهربائي فتحترق ويقفز منها الشخص الذي يفقد أحد ساعديه ويسقط الساعد أشلاء مبعثرة في الهواء ويرتطم الشخص بالماء قبل ارتطام السيارة أو يتعلق بقارب في الماء جاء مسرعا عن طريق المصادفة وفجأة وعند إمساكه بالقارب تأتي سمكة مسرعة فلتقمه وتهرب به إلى القاع وترمي به على الشاطي حتى لايؤثر عليه ارتطام السيارة .

فكرة معقدة متداخلة ولكنها ممكنة التنفيذ مع تقنيات الجرافيك ولكنها تحتاج جهدا في تنظيمها وإعدادها الإعداد الصحيح وترميزها الترميز الملائم.

وقد يتم تنفيذ الفكرة عن طريق سيارة من سيارات لعب الأطفال الصغيرة مشابهة لسيارة طبيعية يركب عليها الشخص المؤدي وباستخدام (الكر وما) وهي الخلفية التي غالبا ما تكون زرقاء أو خضراء لسهولة تفريغ الصورة في المونتاج وبخدعة للبصر وحسب خبرة وخيال المخرج يتم التركيب وأيضا من ذلك في المسائل الصوتية يتم تركيب المؤثرات بخيالات إعدادية خاصة ينفذها المخرج فمثلا صوت الماء بالإمكان أن يكون هناك ماءا في وعاء ويتم تحريكه بالأيدي فيحدث صوتا أشبه بصوت البحر يتم تسجيله فينخدع المستمع ويخاله صوت بحر حقيقي.

المخرجون في الغالب يمارسون سلطة المعد في ابتكار بعض الخدع غير أن المعد الجيد هو من يخترع كافة البدائل لأن الإعداد بالأساس هو تأليف الأساس وبداية الفكرة التي يضيف لها المخرج المخرجات الجمالية التي تظهرها بالصورة المطلوبة بالضبط كالمصمم الذي يقوم بالتصميم والرسم ويترك للمهندس وبقية الفريق آلية تنفيذ ذلك الرسم.

الخامس عشر :اعداد البرامج التعليمية

تعتبر البرامج التعليمية من أكثر البرامج إرهاقا للمعد لأنها تحتاج الكثير من العناء والبحث والتغصّي والفرز وتأكيد المعلومات والاطلاع الدائم كما أن تحويل المادة التعليمية الجامدة إلى مادة مسموعة أو مرئية يحتاج منه تفكيك المفردات إضافة لتبسيط المصطلحات المعقدة.

وتعتمد البرامج التعليمية اعتمادا مباشرا على مهارة وحرفية المعد ذلك أنه يحاول استخدام ذات اللغة المستخدمة بها الحقائق العلمية ولكن بمفردات غير المفردات المستخدمة وبشكل سهل القراءة في البرامج المسموعة وخاضع للصورة أو الوسائط البصرية الأخرى كالكتابة على الشاشة وغيرها في البرامج المرئية.

ويجب على معد البرامج التعليمية الابتعاد تماما عن أية حقائق أو نظريات تخضع للتأويل والمغالطات والاحتمالات إلا إذا قصد الإشارة لذلك لأن المعلومة الخاطئة أو القابلة للتأويل تضع البرنامج في حالة حرجة للغاية.

ومن النادر جدا أن تأتي البرامج التعليمية في صورة مباشرة ولكنها في أغلب الأحيان تكون برامج تسجيلية وتخضع للرقابة التلفزيونية الصارمة حتى لو وجد بها مصحح أو مدقق للمعلومات وغالبا ما يستعين المعد بشخص أو أشخاص متخصصين يتحملون مسؤولية ما يرد في النص من حقائق أو نظريات.

ويعتمد المعد في إعداد الكثير من البرامج التعليمية على معينات صورية ثابتة وأخرى خيالية إضافة للرسومات التوضيحية والخرائط والكتابة على الشريط والرسومات البيانية وغيرها من المعينات المتعددة التي تشكل مهربا آمنا في السيناريو من ندرة الصورة المعبرة عن مجرى النص وفي كثير من الأحيان وغالبا تكون البرامج التعليمية قصيرة بسبب الوقت الطويل الذي تستغرقه من المعد

ويعمد بعض المعدين إلى تطويل النص عبر المط الإنشائي والصوري الطويل مع توزيع الحقائق العلمية بتقتير على النص وهو عيب يحسه المشاهد أو الناقد ويقود المادة البرامجية للملل والرتابة وبعض آخر من المعدين غير المحترفين ينقلون الحقائق من مصادرها بذات اللغة التي وردت بها وهو ما يقود المخرج إلى حذف البعض وعدم إتقان البعض الآخر.

السادس عشر :اعداد البرامج الاعلانية

البرامج الإعلانية كالإعلان التحريري في الصحف ... والبرامج الإعلانية في الإذاعة والتلفزيون هي الإعلان التجاري أو غير التجاري الطويل الذي لايكتفي بتنويه خفيف كالإعلان السريع الذي تحدثنا عنه سلفا.

ومن الممكن أن تكون البرامج الإعلانية مباشرة وهذا ما يحدث في الغالب وهي من البرامج التي لايجد المعد المحترف صعوبة في إعدادها لأنه يعتمد بالأساس على

المعلومات التي توفرها الجهات المعلنة ولا تحتاج منه سوى وضعها في القالب الإعدادي المناسب.

وأحيانا يعمد المخرج إلى التصوير المسبق ليجعل المعد يعد البرنامج على الصورة وهو أمر غير محبب ويفتقر للمهنية ولا يأتي متكاملا بأي حال من الأحوال.

والبرنامج الإعلاني غالبا ما يكون عن شركة أو مؤسسة أو منتج أو حدث وغالبا ما تدخل فيه عمليات إرضائية عديدة منها مقابلات مع المسئولين وأصحاب القرار في المادة المعلنة كما يحتوي على قدر كبير من المبالغة الإعلانية التي تكون في الغالب أكبر من الوجه الحقيقي لمادة الإعلان ويركز على الصورة القريبة المكبرة (كلوز) في معظمه

وبجانب الصورة يعتمد البرنامج الإعلاني على جمالية النص بتعقيداته أو تبسيطه حسب نوع الإعلان ويكون النص فيه بطلا حقيقيا لذلك غالبا ما يبرز الإعلان التجاري قوة وقدرات المعد كما أن المخرج غالبا يحاول إخراج البرنامج الإعلاني بأكبر قدر من الحرفية.

وعلى المعد للبرنامج الإعلاني أن يحدد أولا الغرض من الإعلان والشريحة المستهدفة به ليختار كلمات النص بالعناية المطلوبة.

ويبرع المعدون في إعداد البرامج الإعلانية لما توفره من عوائد مادية مجزية ولأنها في معظم الأحيان لاتعتمد على التكرار في البث الإذاعي والتلفزيوني فحسب ولكنها تتعداهما لتصل إلى الجمهور عبر وسائط إعلامية مختلفة (cd)أو إل (DVD) أو مواقع الشبكة العنكبوتية (الانترنت) وغيرها من الوسائط المختلفة.

السابع عشر: اعداد الرسوم المتحركة اوالأنترآكتف

تحتاج الرسوم المتحركة إلى مؤلف ومعد وغالبا ما يكون المؤلف هو المعد ولن نتحدث في هذا الموضع عن سيناريو الرسوم المتحركة والانترآكتف لأن الحديث عن ذلك سيرد في سطور لاحقة تتحدث عن كتابة السيناريو.

ويعتمد إعداد الرسوم المتحركة على الحس التربوي العالي واللغة العربية السليمة أو اللهجة المتقنة التي تشكل أداة حاسمة للمعد كما تعتمد على التشويق والخيال المقترن بالمواقف التربوية والتي تراعى فيها الأبعاد الكاملة لكل موقف من المواقف لأن الرسوم مرتبطة غالبا بالطفل والتعامل مع الطفل يحتاج انتباهه شديدة وتحليل لكل جملة ترد في النص ذلك أن عقل الطفل يكون في طور التكوين وهو الطور المليء بالتساؤلات والتحليلات والخيال الخصب ومحاولة المعرفة ولأن الطفل يتلقى كل ما يتلقاه ويعتبره من المسلمات التي لا تقبل الجدل وأنه مقلد جيد خاصة للشخصيات التي تشد انتباهه وتنال إعجابه.

لذلك يعتمد إعداد الرسوم المتحركة على بناء شخصية الطفل من خلال تجسيد ما يراد له في صورة وشخصية البطل وما يراد له الابتعاد عنه يتجسد في شخصية الشرير أو الأشرار والخطر في ذلك أن أي جملة يلفظها البطل الذي يفترض أن يمثل سلوك الخير ويمثل القيم لدى الطفل يجب أن يتم انتقاؤها بعناية فائقة والحرص على أن لاتفلت أية عبارة أو تصرف غير مقبول إلا لتبرير مقنع لعقل الطفل وكذلك الحال بالنسبة لشخصية النقيض.

والمعادلة الخطرة تكمن في المتشابهات التي لو لم يتم التعامل معها باقتدار تشتت عقلية الطفل وتجعله في حيرة من أمره ومثال ذلك أن يفعل الشرير فعل خير ليخدع به البطل ومثال لذلك وفي غير المجال التلفزيوني والإذاعي قصة ليلى والذئب.

هذه القصة رغم مرور عقود عليها وأنا لازلت أحفظها عن ظهر قلب من الصغر ذلك أنها وضعتني موضع شك في كثير من الأمور لأن من يفعل خيرا كالثعلب الذي ارتدى أفضل الثياب وتظاهر بالورع كان في باطنه يريد خداع ليلى لا لأنه يريد أن يفعل الخير ولكن ليتمكن من أكلها.. وغيرها من القصص المشابهة.

نفسها تنطلي على ما نتحدث عنه في إعداد الرسوم لأن الطفل يكون دائما في تساؤل مع من يفعل معه الخير وفي تشكك دائم حتى التيقن هل يفعل الخير من أجل الخير أم يفعله لشيء في نفس يعقوب.

هذا الجانب الخطر في التربية يجب على المعد أو مؤلف الرسوم المتحركة التعامل معه بحرص شديد وحنكة عالية جدا ومعالجته المعالجة السليمة التي لاتؤدي لتشتيت عقل الطفل.

لذلك لايمكن لأي معد أن يعد رسوم متحركة ولكن المعد المثقف ثقافة تربوية عالية هو الوحيد الذي يستطيع إعداد الرسوم إعدادا جيدا وقد نتجت عن أخطاء معدي الرسوم المتحركة ظواهر اجتماعية عظيمة منها العنف لدى الأطفال ومنها العقوق ومنها الخطر على حياتهم فهناك عدد من الأطفال ماتوا وهم يحاولون القفز من الأماكن العالية تقليدا لإحدى الشخصيات الكرتونية وهناك أحداثا ارتكبوا جرائم قتل تقليدا لإحدى الشخصيات الكرتونية وحتى في عهود سابقة ساهمت روايات أرسين لوبين (اللص الظريف) الذي يسرق الأغنياء لإعطاء الفقراء في تخريج أجيال من اللصوص وغير ذلك من الأمثلة كثير.

ومن الأخطاء الفادحة جدا التي يقع فيها مؤلفو ومعدو برامج الرسوم المتحركة هو خلق وتجسيد شخصيات الرعب ومنحها القوة الخفية الخارقة وهو ما حذر منه الباحثون والمهتمون إذ أن الآثار السالبة التي تخلفها هذه الشخصيات في البنية الآنية والمستقبلية لشخصية الطفل تبقى عظيمة الأثر وصعبة العلاج وهي في معظم الأحيان تهز شخصيته وتجعله في المستقبل فريسة سهلة للوساوس والأمراض النفسية المتعددة وتؤثر في سلوكياته وقد تقوده للإيمان بمساوئ الدجل والشعوذة وما إلى ذلك من الآثار المختلفة.

وحتى التعاطي مع الموروث الشعبي من قصص الخيال التربوية التي تتشابه وتختلف بين مجتمع وآخر يجب أن يضع عليه المعد بصمته الأكاديمية التي تراعي الاختلافات الكبيرة بين الأمس واليوم ويحاول الاستفادة بصورة تربوية من أدوات العصر الحالي

كالتقنيات بصورة لا تفرغ الموروث الشعبي من مضمونه الحقيقي ويحاول في ذات الوقت قدر المستطاع إقناع الطفل بمدى الفروق القائمة بين الخيال والواقع.

إذا يجب على معد الرسوم المتحركة مراعاة:

1. الجانب التربوي والأخلاقي.
2. تجسيد الشخصية الفاضلة.
3. إدخال معلومات عامة بطريقة غير مباشرة في النص والجمل.
4. معالجة نقاط الخلط والتشكيك معالجة لاتقود لتشتيت عقلية الطفل وإرباكها.
5. التأكد التام من أبعاد كل كلمة أو جملة ترد في الحوار.
6. تحديد الهدف أو الأهداف المرجوة من القصة وتناولها بطريقة متقنة.
7. امتلاك ناصية اللغة فالكلمات التي ترد في الرسوم هي كلمات وجمل تضاف للحصيلة اللغوية للطفل.
8. عدم التطويل الذي يقود للملل.
9. عدم زحم القصة بشخصيات أساسية كثيرة.
10. افترض التساؤلات الموجودة في أذهان الفئة المستهدفة من الأطفال والإجابة عليها بصورة تراعي مدى استيعاب هذه الشريحة للمعالجة.

القسم الثاني

اعداد وتحرير الاخبار في الاذاعة والتلفزيون

اعداد وتحرير الاخبار في الاذاعة والتلفزيون

تعريف الخبر

الخبر هو كل حادثة تجذب انتباه الناس أوتؤثر فيهم أو هو كل شئ جدير بأن يُبث من خلال وسائل الاعلام الى المشاهدين او المستمعين .. من قطة فوق الشجرة الى اندلاع حرب .ويكون المراسل الاذاعي او التلفزيوني مسؤولاًعن تحديد جدارة الاخبار ويختار منها ما هو جدير بالتغطية والنشر اما رئيس التحرير او المحرر فيكون مسؤولا عن استقبال تلك المعلومات الخبرية ووضعها بالصيغة المناسبة للبث الاذاعي او التلفزيوني.

واذا استثنينا شبكات ومحطات الاذاعة والتلفزيون الكبيرة حيث تقوم مجموعة من الموظفين بمهمة استلام ملاحظات المراسل التلفزيوني او الاذاعي وتحويلها الى نص صالح للبث الاذاعي والتلفزيوني ،فأننا نجد بأن المراسل في الغالب يقوم بكتابة النص بنفسه وتوفير المادة الخبرية لبرنامج ما ،واحيانا لايتوفر للمراسل الوقت الكافي لكتابة النص فيقوم ببثه على الهواء مباشرة.

وعلى العموم ،فان المراسل الاذاعي والتلفزيوني يجمع المعلومات عن حدث معين ويكتب النص الذي يترافق .

مع المؤثرات الصوتية واحيانا ينقل الحث كما هو واحيانا يعرضه بصورة رواية ادبية.

قد يبدو الجواب على السؤال "ما هي الأخبار" واضحا. الأخبار هي ما هو جديد، وهي ما يحدث. وعندما يراجع المرء القاموس يجد أنه يعرف الأخبار على أنها "تقرير عن أحداث جديدة أو معلومات لم تكن معروفة سابقا". ولكن معظم الأشياء التي تحدث في العالم يومياً لا تجد طريقها إلى جريدة أو تبث في نشرة على الهواء.

اذا ما الذي يجعل خبراً ما مهماً بما فيه الكفاية بحيث يصبح جديراً بالنشر أو الإذاعة؟ الجواب الحقيقي هو أن ذلك يتوقف على طائفة من العوامل. ويمكن القول

بشكل عام إن الأخبار معلومات مهمة بالنسبة لجمهورها المقصود، ولـذا فـإن مـا قـد يـشكل نبـأ هامـاً في بوينس آيرس قد لا يعتبر نبأ في بيروت.

ويقرر الصحفيون الأخبار التي سيغطونها استنادا إلى كثير من "المعايير الإخبارية" التالية:-

1. عامل الزمن

هل وقع الأمر مؤخراً أو وصلتنا المعلومات عنه للتو؟ إن كان الأمر كذلك، فقد يجعله ذلـك جـديرا بالنشر أو البث. ويختلف معنى "مؤخراً" باختلاف وسـيلة الإعـلام، بطبيعـة الحـال. فبالنـسبة لمجلـة أخبـار أسبوعية، قد يعتبر كل ما يقع بعد صدور العدد السابق في الأسبوع السابق نبأ جديدا. أمـا بالنـسبة لقنـاة أخبار كبلية تبث على مدى 24 ساعة يوميا فقد تكون أكثر الأخبار المناسبة زمنيا هي "الأخبار العاجلة التي ما زالت تتطور، أي الأمر الذي يحـدث في هـذه اللحظـة بالـذات ويمكـن لمراسـل موجـود في مكـان وقـوع الحدث تقديم تغطية حية له.

2. التأثير

هل يتأثر عدد كبير من الناس أم قلة منهم فقط بالحدث؟ سيكون لتلوث شبكة المياه التـي تخـدم سكان بلدتك البالغ عددهم 20 ألف شخص تأثير لأن ذلك يؤثر على جمهورك بشكل مبـاشر. كـما سـيكون لنبأ مقتل عشرة أطفال نتيجة شرب ماء ملوث في مخيم صيفي في مدينة بعيـدة تـأثير أيـضا، لأن الجمهـور سيتجاوب على الأرجح عاطفيا مع النبأ. أما كون أحد العمال قد قطع خط الكهرباء فليس خبرا مهما، مـا لم يسبب ذلك انقطاع التيار الكهربائي لعدة ساعات في المدينة بأكملها.

3. القرب

هل حدث الأمر قرب البلد أو تعلق بأشخاص من هنا؟ إن سقوط طائرة في تشاد سيحتل العنـاوين الرئيسية في نجامينا، ولكن من غـير المحتمـل أن يتـصدر الأنبـاء في تـشيلي مـا لم تكـن الطـائرة تقـل ركابـا تشيليين.

4. **الخلاف**

هل يختلف الناس في الرأي حول هذا؟ إن من الطبيعة البشرية أن يهتم الناس بالأخبار التي تثير صراعاً أو تضارباً في الآراء أو توتراً أو نقاشاً عاماً. فالناس يحبون عادة الانحياز إلى جانب رأي أو آخر ومعرفة الموقف الذي سيسود. ولا يعني الصراع دائما انقساماً في وجهات النظر. فالأنباء المتعلقة بأطباء يقاومون مرضا أو مواطنين يعارضون قانوناً جائراً تدور هي أيضاً حول مصارعتهم لذلك.

5. **البروز والشهرة**

هل يتعلق الأمر بشخص مرموق؟ فقد تصبح النشاطات أو الهفوات المؤسفة العادية أخبارا إذا تعلق الأمر بشخصية مشهورة كرئيس وزراء أو نجم سينمائي. وحادث سقوط الطائرة في تشاد سيتصدر الأنباء حول العالم إذا كان أحد الركاب من نجوم موسيقى الروك المشهورين.

6. **التداول والانتشار**

هل يشكل الأمر موضوع حديث يتناقله الناس؟ قد لا يثير اجتماع للحكومة حول مأمونية الأوتوبيسات اهتماماً كبيرا، ما لم يصادف تحديد موعد ذلك الاجتماع بعد وقت قصير من وقوع حادث أوتوبيس مروع. وقد يبقى حادث وقع خلال مباراة لكرة القدم في نشرات الأخبار لعدة أيام لأنه الموضوع الرئيسي الذي تدور حوله أحاديث الناس في المدينة.

7. **الغرابة**

هل إن ما حدث شيء غير عادي؟ وكما يقال عادة "إذا عض كلب رجلا فذلك ليس خبرا. ولكن إذا عض رجل كلبا فذلك خبر!". فالأشياء الغريبة وغير المتوقعة تجذب اهتمامنا وتثير فضولنا الطبيعي.

كما أن ما يعتبر خبرا يتوقف على تركيبة الجمهور المقصود، ليس فقط أين يعيش الناس بل من هم. فللفئات المختلفة في المجتمع أساليب حياة واهتمامات مختلفة، مما يثير

اهتمامهم بأنواع معينة من الأخبار. فبرنامج الأخبار الإذاعي الذي يستهدف مستمعين صغارا في السن قد يشتمل على أنباء تتعلق بنجوم الموسيقى أو الرياضة التي قد لا تغطيها صحيفة اقتصادية تستهدف قراء أكبر سنا وأكثر ثراء. والمجلة الأسبوعية التي تغطي الأخبار الطبية ستنشر تقريرا عن اختبار عقار تجريبي لأنه يفترض أن النبأ سيثير اهتمام الأطباء الذين يشكلون قراء المجلة. ولكن معظم الصحف المحلية الموجهة للجمهور العام ستتجاهل ذلك النبأ ما لم يكن من المعتقد أن العقار سيؤدي إلى الشفاء من مرض معروف. وقد يكون هناك استثناء لذلك إذا كانت الصحيفة تصدر في المجتمع المحلي الذي تجري فيه الأبحاث المتعلقة بالعقار.

وتعتبر المؤسسات الصحفيةوالاعلامية عملها خدمة عامة، ولذا فإن الأخبار تتألف من معلومات يحتاج الناس إلى معرفتها لكي يواصلوا حياتهم اليومية وليكونوا مواطنين بنائين في مجتمع ديمقراطي. إلا أن معظم المؤسسات الصحفيةوالاذاعية والتلفزيونية هي أيضا مؤسسات تجارية يجب أن تحقق ربحا لكي يستمر وجودها، ولذا فإن الأخبار تشتمل أيضا على مواد تسترعي انتباه الجمهور: أخبار قد يرغب الناس في معرفتها لمجرد أنها مشوقة. وهاتان السمتان ليستا متناقضتين بالضرورة. فبعض أفضل الأنباء في أي يوم هي في الحقيقة أنباء مهمة ومشوقة في نفس الوقت. ولكن المألوف إلى حد ما هو أن تصنف المؤسسات الصحفية أخبارها في تصنيفين رئيسيين: الأخبار الأساسية المباشرة والأخبار الخفيفة المعروفة أيضا بالمقالات أو المواضيع الخاصة.

الخبر الإذاعي

ماهو الخبر الاذاعي ؟

ينقل إلينا الخبر حدثاً سياسياً أو اقتصادياً أو رياضياً أو اجتماعياً راهناً بطريقة تجمع بين الإيجاز والموضوعية كما أن للخبر صلة باهتمامات المستمع.

للخبر وظيفة نقل المعلومات و لا يطلق الخبر أحكاماً ولا يحتوي على تعليقات

يمكن أن يكون الخبر الإذاعي مجرد رسالة كلامية أو أن تتخلّله مداخلات من مراسـلين أو مختـصّين بشكل (الأوفرتون) .

ماهي بنية الخبر؟

تتطابق بنية الخبر في الأشكال الإعلامية المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية وفي الأنترنت.

تكمن نواة الخبر الراهن في أوّل جملة منه تتلوها المصادر والخلفيات والتطورات بالتسلـسل وفقـاً لأهمّيتها بالنسبة لمضمون الخبر.

يأتي أقلّها أهميّة في النهاية.

ماهي المعلومات التي يتضمّنها الخبر؟

الخبر الكامل يجيب على الأسئلة السبعة التالية :

مَن- فعل؟

ماذا؟

أين؟

متى؟

لماذا؟

كيف تم ذلك؟

مِن- أين أعرف أنا ذلك؟

ليس ممكنا دائما الحصول على كل المعلومات خلال اليوم الأول لحصول الحدث. لكن لبلـوغ الحـد الأدنى.

لمواصفات الخبر يجب أن يجاب على الأسئلة الأربعة الأولى، أي من وماذا وأين ومتى؟ ولـيس خـبراً ما لم يحتوي هذه الإجابات الأربع.

ماهو طول الخبر؟

يحتوي الخبر كقاعدة عامة خمس جمل وطوله من 20 الى 25 ثانية.

الخبر التلفزيوني

ماهو الخبر التلفزيوني؟

ينقل إلينا الخبر التلفزيوني حدثاً سياسياً أو اقتصادياً أو رياضياً أو اجتماعياً راهناً بطريقة تجمع بين الإيجاز والموضوعية ويجب أن تكون له صلة باهتمامات المشاهد .

- للخبر وظيفة نقل المعلومات.
- لا يطلق الخبر أحكاماً ولا يحتوي على تعليقات.
- يمكن أن يكون الخبر التلفزيوني مجرد رسالة كلامية تتقاطع مع صور متحركة أو فيلماً إخبارياً قصيراً.

ماهي بنية الخبر؟

- تتطابق بنية الخبر في الأشكال الإعلامية المختلفةالمكتوبة والمسموعة والمرئية وفي الأنترنت.
- تكمن نواة الخبر الراهن في أوّل جملة منه.
- تتلوها المصادر والخلفيّات أو التحليلات والتطورات بالتسلسل وفقاً لأهمّيتها بالنسبة لمضمون الخبر.
- يأتي أقلّها أهميّة في النهاية.
- يمكن تقصير الخبر اعتباراً من نهايته.

تُرينا الشاشة الصور الجديدة للحدث الراهن الذي تحكيه كلمات الخبر. وهنا يجب الانتباه إلى تناسب النص الذي يُقال مع الصورة التي تُعرض وأنهما لا يتحدثان عن شيئين مختلفين.

ماهي المعلومات التي يضمّها الخبر؟

الخبر الكامل يجيب على الأسئلة السبعة التالية

مَن- فعل؟

ماذا؟

أين؟

متى؟

لماذا؟

كيف تم ذلك؟

من أين- أعرف أنا ذلك؟

ليس ممكنا دائما الحصول على كل المعلومات خلال اليوم الأول لحصول الحدث. لكن لبلوغ الحد الأدنى.

لمواصفات الخبر يجب أن يجاب عن الأسئلة الأربعة الأولى، أي من فعل ماذا وأين ومتى؟ وليس خبراً ما لم يحتوي هذه الاجابات الاربعة:

ماهو طول الخبر؟

طول الخبر متعلق بالفورمات الشكل والإطار من جهة وبأهميّته من جهة أخرى. لكن الخبر كقاعدة عامة يطول من 20 الى 25 ثانية، إلاّ إذا كان فقرة إخبارية تحتوي على تحليلات وتقديرات أكثر من الخبر العادي.

تعريف نشرة الاخبار

نشرة الأخبار هي نشرة دورية تنطلق في مواعيد محددة طبقا لجدول زمني يتيح لمتلقيها استقبال الأخبار المتعلقة به سواء في الاطار المحلي أو الاطار الإقليمي أو الدولي وتطلق نشرة الأخبار على مصدر الأخبار من خلال منظومتين شهيرتين الاذاعة

والتليفزيون وأحيانا تسمى بتوقيت اذاعتها.. مثلا إذا كانت تذاع عند الساعة السادسة فيقال " نشرة السادسة " والاذاعة هي أشهر في تقديم نشرة الأخبار عن التليفزيون بسبب أقدمية الاذاعة وكذلك سهولة استخدام جهاز الاستقبال " الراديو " في اي مكان وبابسط الطاقة الكهربائية ولا يطلق على المقالات المكتوبة نشرة الأخبار فهي دائما متعلقة بمذيع يتلو على مستميعيها ما كتبه محررها.

انواع الوظائف في قسم الاخبار

تشهد الوظائف الاخبارية تداخلاً يؤدي الى الالتباس في هذه الوظائف ولكنها كمهارات صحفية (اذاعية وتلفزيونية) فأنها تنقسم الى اربعة أقسام هي:-

1. **محرر الاخبار** :وهوالشخص الذي يكتب مادة العرض الاخباري اوجزاً منه اويُعيد صياغة الخبر للمحطة من مصادره المختلفة وهو على نوعين :

أ-المحررالوثائقي :ويحصر المحررفي هذا النوع اهتنانه عادة في قصة اخبارية واحدة ويأخذ ذلك وقتا اطول وعناية اكبر.

ب-المحرر المعلق :تنحصر مهمة التحرير هنا في مناصرة وجهة نظرمحطته او وجهة النظر المطلوبة في التعليقات التلفزيونية او تحض على اتجاه ما ،وتمائل التعليقات التلفزيونية هي الاخرى قصص اخبارية فيما يتعلق بالتحرير.

2. **المذيعين** :وكانوا يسمون بالنجوم لأنهم هم الذين يظهرون على الهواء وهم ثلاث فئات :

أ-مندوب الموقع :وهم مندبوا الاخبار الذين يذهبون الى الموفع لتغطية الاخبار من منبعها ويسمون بالمراسلين ويصحبهم عادة طاقم تصويروطاقم صوت (في حال التلفزيون) اما في حال الاذاعة فيصحبم مهندس الصوت ومعداته وفي التغطيات الكبرى تصحبهم عربة نقل خارجي لنقل الاحداث بشكل مباشر.

ب-المـذيع المتخـصص:وتـستخدم اقـسام ووحـدات الاخبـار في المحطـات عـادة المنـدوبين المتخصصين في تغطية موضوعات معينة (كالاحوال الجوية ،والسياسية ،والزراعية ،والمجتمع ، والرياضـة ،... الخ)

ج-المذيع الرئيسي :وهم الشخصيات الاساسية في الاستوديو الذين تُربط بهم تقارير مندوبي الموقـع والمتخصصين اضافة للتقارير الاخبارية المستوردة والمصورة فيكون المذيع الرئيسي هـو الشخـصية الاساسـية التي يُشاهدها الجمهور وعادة هو من يقوم بقراءة النص الاخباري المعد سلفا .

اما ادارة نشرة الاخبار في المحطة فهي تضم :

- **رئيس تحرير الاخبار** :وهو ما كان يسمى بـالمنتج وهـو الـذي يقـرر مـاهي الاخبـار التـي سـيتم ادراجها في العرض وما التي ستحذف ،كذلك هو الذي يقرر ترتيـب صـدور الاخبـار تباعـاً حـسب اهميتهـا ،وينصب اهتمامه على الاسلوب والمحتوى الشامل للعرض.

- **مدير الاخبار:**وهو القيادي التنفيذي المؤهـل الـذي تعينـه المحطـة مـديراً مـسؤولاً عـن الاخبـار اودائرة الاخبار في المحطة ،ويتعاون مع ادارة المحطة في رسم خريطة برمجـة الاخبـار وسياسـتها وهـو الـذ يُكلف المندوبين ويضع الخطط والبرامج المستقبلية والتي يراها تُساعد على تطوير نشرات الاخبار وتقدمها .

قواعد كتابة الخبر الاذاعي والتلفزيوني

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي و الخبر التلفزيوني ذلك أن الإذاعة قد سبقت الـشاشة الـصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن و استطاعت أن تؤسس تقاليدها و ممارساتها الصحفية و تطور لها أسلوبا مميزا عن أسلوب الجريدة ... و حين ظهر التلفزيون أفاد كثيرا من الفـن الإذاعـي الـذي يـشترك معه في مخاطبة الأذن ... و هنا تستطيع القول أن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيرا عـلى قواعـد كتابـة الأخبـار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة و مكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية .

ويمكن تحديد إبرز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:-

1. الجمل قصيرة وبسيطة
2. يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن
3. عدم استخدام الجمل المعقدة و الكلمات النادرة
4. في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ و لذلك لابد أن تكون سهلة النطق
5. إستخدام أقل ما يمكن من الضمائر
6. حداثة الخبر الإذاعي
7. في الخبر تستخدم عبارة وصيغة قبل الإسم
8. لا تبدأ الجملة بمقتبس في الأخبار و لا يترك إسم المصدر في نهاية المقتبس
9. لا تبدأ الجملة بالإحصاءات و كثرة الأرقام
10. إستخدام المبني للمعلوم
11. الحذر من تغطية أخبار الجريمة

أما الخبر التلفزيوني فشأنه شأن خبر الراديوا لم يكتب لكي يمكن إختزاله من النهاية أو من أي نقطة أخرى بل إنه وحدة متماسكة و بناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة و متن و خاتمة و إذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماما مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة ... ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته و لكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافيا و هذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين ... و هذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين و ليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع.

و من هم النقاط الأساسية التي لابد أن يقف و يتأمل فيها كاتب الخبر الاذاعي والتلفزيوني أكثر من غيره هي:

1. الإيجاز
2. خلفية الخبر
3. التعبير المجازي
4. لباقة الحديث
5. التطابق بين الصورة و الكلمة
6. أكثر الكلمات للمذيع و أقلها للصورة
7. مشاهدة تربط الفيديو قبل كتابة الخبر
8. الإفادة من الصوت الطبيعي
9. توافق النص مع منطق الصورة

انواع الاخبار

الأخبار الأساسية هي في الأساس أخبار اليوم. وهي ما تراه في الصفحة الأولى للجريدة أو في أعلى صفحة الشبكة الإلكترونية، وما تسمعه في بداية التقرير الإخباري الإذاعي أو التلفزيوني. فمثلا، الحرب والسياسة والأعمال والجريمة من مواضيع الأخبار الأساسية المتكررة. والإضراب الذي يعلنه اليوم سائقو الحافلات في المدينة والذي يترك آلاف الركاب بدون وسائل نقل للوصول إلى أماكن عملهم خبر أساسي. وهو خبر تنطبق عليه مواصفات الأهمية من حيث عامل الزمن وإثارة الجدل ومن حيث تأثيره الكبير وقرب الحدث من مكان وجود القراء أو المستمعين. ويحتاج المجتمع إلى المعلومات المتعلقة به في الحال لأنه يؤثر على حياة السكان اليومية.

وفي المقابل فإن نبأ يتعلق ببطل رياضي عالمي الشهرة نشأ في ملجأ للأيتام هو نبأ ينطبق عليه تعريف الأخبار الخفيفة. وهو نبأ يشبع فضول الناس ويتعلق بشخص مرموق

كما أنه نبأ غير عادي من المرجح أن يتحدث عنه الناس مع أصدقائهم، إلا أنه لا يوجد سبب ملح لنشره أو إذاعته في أي يوم معين. وهذا يجعله من مواضيع الأنباء الخاصة. ولدى الكثير من محطات الاذاعة والتلفزيون ومواقع الأخبار على شبكة الحاسوب أقسام منفصلة لمواضيع الأنباء الخاصة المتعلقة بأسلوب الحياة والمنزل والأسرة والفنون والترفيه.

من أين تنبع الاخبار

يجد المراسل الأخبار في أماكن كثيرة مختلفة، ولكن معظم الأخبار تنشأ عن واحدة من ثلاث طرق أساسية:-

1. الأحداث التي تحدث بصورة طبيعية كالكوارث والحوادث.
2. الأنشطة المخططة كالاجتماعات والمؤتمرات الصحفيةوالمراسلين .
3. مبادرات وجهود الصحفيين.

كثيرا ما تصبح الأحداث غير المخطط لها أخبارا رئيسية. فغرق سفينة أو سقوط طائرة أو وقوع إعصار تسونامي أو انزلاق أرضي يصبح خبرا هاما ليس فقط وقت حدوثه ولكن لعدة أيام وأسابيع بعد ذلك في كثير من الأحيان. ويتوقف نطاق التغطية جزئيا على قرب مكان وقوع الحادث والمتأثرين به. فوقوع حادث سيارة في باريس تنجم عنه وفيات قد لا يكون خبرا هاما في أي يوم، ولكن حادث سيارة في باريس في العام 1997 كان خبرا هاما جدا ليس في فرنسا وحسب بل وفي سائر أنحاء العالم أيضاً لأن الأميرة البريطانية ديانا كانت بين ضحاياه.

والمواطنون الذين يشاهدون كارثة ما كثيرا ما يتصلون بمنظمة إخبارية. ويعلم الصحفيون والمراسلين أيضا بهذه الأحداث من المستجيبين الأوائل من عمال النجدة: قوات الشرطة ورجال الإطفاء والمسؤولون عن الإغاثة والإنقاذ. ويمكن للمنظمات الإخبارية في بعض الدول مراقبة الاتصالات المتعلقة بحالات الطوارئ بين المستجيبين

الأوائل من عمال الإنقاذ والنجدة وإرسال صحفيين ومراسلين إلى مواقع الأحداث بسرعة لكي يتابعوا التطورات بأنفسهم.

وأكثر مصادر الأخبار وضوحاً في كثير من مكاتب التحرير هو الجدول اليومي للأحداث في المدينة، الذي يتضمن اجتماعات الحكومة وافتتاح الأماكن التجارية ونشاطات المجتمع المحلي. وفي حين أن قائمة النشاطات هذه التي تدعى في الكثير من الأحيان "الكتاب اليومي" ليست أنباء جديرة بالنشر بصورة أوتوماتيكية، إلا أنها توفر نقطة بداية جيدة ينطلق منها الصحفيون والمراسلين الباحثون عن الأخبار..

ويمكن للبيانات الصحفية أن تشكل مصدرا آخر للأخبار، ولكنها هي أيضاً ليست سوى نقطة انطلاق. وتصل إلى مكاتب التحرير عشرات البيانات الصحفية كل يوم عن طريق البريد أو الفاكس أو حتى أشرطة الفيديو عن طريق الأقمار الصناعية. ويصدر المسؤولون الحكوميون والوكالات الحكومية الكثير من هذه البيانات الصحفية، ولكن المنظمات الكبيرة الأخرى كالشركات الخاصة والمؤسسات غير الربحية تصدر هي أيضا بيانات صحفية لإطلاع وسائل الإعلام على أنشطتها وأعمالها. وفي حين أن البيان الصحفي قد يكون مشابهاً للنبأ الإخباري إلا أنه من غير المرجح أن يقدم خبراً متكاملاً من جميع النواحي نظراً لكونه صادراً عن جهة لها مصلحة شخصية بالموضوع. فقد تكون البيانات الصحفية دقيقة من ناحية صحة الحقائق التي تتضمنها، ولكنها تتضمن عادة فقط تلك الحقائق التي تقدم صورة إيجابية عن الشخص أو المنظمة المرتبطة بالبيان الصحفي. وحتى عندما يبدو البيان الصحفي جديراً بأن يصبح خبراً يتعين على الصحفي المحترف أن يتحقق أولاً من صحته، ثم يبدأ بطرح الأسئلة لتحديد الخبر الفعلي قبل أن يقرر ما إذا كان جديرا بإصداره كخبر.

والأحداث المعدّة مسبقا كالمظاهرات يمكن أن تسفر عن أخبار، إلا أنه يتعين على الصحفيين والمراسلين أن يتوخوا الحذر لكي لا يستغلهم منظمو المظاهرات الذين يبغون عرض وجهة نظرهم فقط في ما يتعلق بالقضية. وقد أصبح السياسيون بارعين في تنظيم

نشاطات و"فرص التقاط الصور" لجذب التغطية لنشاطاتهم، حتى عندما تخلو من أي قيمة إخبارية حقيقية. وهذا لا يعني أنه ينبغي على الصحفيين تجاهل هذه الأحداث، ولكنهم يحتاجون إلى جمع وتقديم مزيد من المعلومات لتغطية الخبر كاملا.

ويقول معظم الصحفيين إن أفضل تقاريرهم الإخبارية تأتي نتيجة مبادراتهم وجهودهم الشخصية. وتأتي الاقتراحات المتعلقة بالأخبار أحيانا من غرباء، ممن قد يزورون مكتب التحرير أو يجرون اتصالات هاتفية أو يرسلون رسائل عبر الإنترنت للشكوى أو التعبير عن قلقهم أو اهتمامهم. وتسعى بعض المؤسسات الصحفية والاذاعية والتلفزيونية بنشاط للحصول على أفكار من الناس الذين يعيشون في المجتمعات التي تخدمها عن طريق توفير رقم تليفون أو عنوان إلكتروني لتقديم الاقتراحات. ويمضي الصحفيون الكثير من الوقت في إقامة علاقات مع الأشخاص الذين يمكن أن يزودوهم بالمعلومات.

وكثيرا ما يعثر الصحفيون والمراسلون على الخبر الذي سيدور حوله تقريرهم من مجرد الالتفات إلى ما يدور حولهم والإصغاء إلى أحاديث الناس. وقد يتحول ما تسمعه في حدث رياضي أو أثناء وقوفك في الطابور في مكتب البريد إلى موضوع إخباري. اسأل الأشخاص الذين تلتقي بهم خارج تأديتك لعملك عما يجري في حياتهم أو في أحيائهم وقد تعثر على قصة إخبارية لم يقم أي شخص آخر بتغطيتها.

وهناك طريقة أخرى للعثور على الأخبار وهي السؤال عما حدث منذ آخر مرة نشر فيها خبر ما في الجريدة أو تم بثه على الهواء. وكثيرا ما تقود المتابعة إلى تطورات مفاجئة تكون أكثر أهمية من الناحية الإخبارية من النبأ الأصلي. فمثلا، قد يطلعك نبأ عن حريق في اليوم الذي يلي وقوعه على عدد الأشخاص الذين راحوا ضحيته ومدى الأضرار التي سببها. إلا أن المتابعة بعد عدة أسابيع قد تكشف أن خللا في الاتصال اللاسلكي جعل من المستحيل على رجال الإطفاء الاستجابة بسرعة كافية لإنقاذ مزيد من الأرواح.

وقد تؤدي الوثائق والبيانات والسجلات العامة إلى أنباء هامة أيضا. ذلك أنه يمكن للصحفيين استخدامها للبحث عن الاتجاهات العامة أو لاكتشاف مخالفات. ويتطلب هذا النوع من العمل جهداً أكبر، ولكن النتائج تكون دائما تقريبا جديرة بذلك المجهود. ويكون الأمر أسهل بكثير بالطبع حين تكون البيانات متوفرة بالوسائل الإلكترونية، ولكن من المعروف عن الصحفيين أنهم يدخلون البيانات من سجلات الصحف إلى برامج قاعدة بيانات الحاسوب لكي يتمكنوا من البحث عن أهم المعلومات الواردة في كم هائل من الإحصاءات. فمثلا، قد تؤدي قائمة بأسماء الأشخاص الذين ضبطوا يقودون سياراتهم متجاوزين حد السرعة القصوى إلى قصة إخبارية إذا تم تصنيفها بالاسم بدلا من التاريخ. وقد كانت هذه هي الطريقة التي تمكنت من خلالها المراسلة التلفزيونية نانسي إيمونز من اكتشاف أن سائقا في مدينتها ضبط مخالفاً لقوانين السير اثنتي عشرة مرة خلال ثلاث سنوات وسبّب حادثا أدى إلى مقتل سائق آخر دون أن يفقد رخصة القيادة. وعندما حققت في الموضوع اعترف المسؤولون في مدينتها بأنهم أخفقوا في أداء واجبهم.

اوجه التحرير الاذاعي والتلفزيوني

يقع التحرير الإذاعي والتلفزيوني في عدة أوجه منها :

- تحرير الأخبار
- تحرير التقارير الإخبارية
- تحرير المجلات المسموعة أو المصورة
- تحرير الشريط التلفزيوني
- عناوين الإخبار
- التحرير التحليلي للخبر
- وضع أسئلة الضيوف
- تحرير المادة الاستطلاعية

اولا :تحرير الاخبار

يحتاج محرر الأخبار إلى معرفة اللغة الخاصة بالأخبار وهي في الغالب قوالب ثابتة تنتهج المباشرة في الإعداد وتتقيد بألفاظ محددة وجمل محفوظة تختلف فيها فقط الأسماء ومسميات الأحداث ولكن القالب واحد واللغة الإخبارية التي يستخدمها المعد تعتمد على الكلمات الجافة والبعيدة عن التنميق.

ويختلف تحرير البرامج التلفزيونية والإذاعية عن التحرير الإخباري في الصحف رغم توحد اللغة والكلمات المستخدمة لأن المحرر الصحفي يملك حرية أكبر في الكتابة أما المحرر الإذاعي والتلفزيوني فتقيده إما الصورة في حالة التلفزيوني أو مساحات القراءة والتنفس والوقفات المفترضة للمذيع في حالتي الإذاعة والتلفزيون.

ومعظم محررو الأخبار يبدءون حياتهم بالتحرير الصحفي ولكنها ليست قاعدة فكثيرون نجحوا وقد بدأوا حياتهم مباشرة بالإعداد الإذاعي أو التلفزيوني.

وفي الغالب لايحتاج محرر الأخبار جهدا خارقا فالأخبار يجدها جاهزة من وكالات الأنباء والصور أيضا.

ثانيا:تحرير التقارير الاخبارية

التقارير الإخبارية ليست بعيدة بمسافات كبيرة عن التحرير الإخباري من ناحية اللغة الجافة ولكنها تتطلب من المعد بجانب الأخبار الجاهزة معرفة بخلفيات الأحداث حيث أن التحرير الخبري في الأخبار هو نقل مجرد للخبر دون أية إضافات غير أن التقرير الإخباري يحتاج من المعد استدعاء المواقف والأحداث السابقة المرتبطة بمادة التقرير إضافة لرأيه الخاص الذي يمثل قراءة لماهو قادم حتى ولو في صورة تساؤلات مبهمة وهو أشبه بالمواد الوثائقية القصيرة في الإعداد ومن الممكن أن يحتوي التقرير الإخباري على ضيوف أو متحدثين داعمين للحدث غير أنه في الغالب لايحتوي غير سرد للحقائق السابقة التي تهدف لربط الحدث ماضيه بحاضره بقراءته للمستقبل.

ثالثا:تحرير المجلات المسموعة او المصورة

تحتاج المجلات المسموعة والمصورة إلى معد متمكن ذلك أنها في إعدادها تكون أشبه بإعداد برامج المنوعات غير أنها في الغالب تتخصص في الأخبار وتحتوي على العديد من الفقرات التي هي في معظمها ترويجية أو تذكيرية فمثلا أين تذهب هذا المساء ومفكرة الصباح وحالة الطقس وإضاءة على حدث وغير ذلك من مواد المجلة الإخبارية المصورة والتي تروج لأنشطة المجتمع المختلفة وتغطيها وتسلط الضوء عليه.

والمجلات الإخبارية المصورة تستخدم لغة أقل صرامة من لغة الأخبار وتستخدم فواصلا أقل حدة من فواصل الأخبار وتكون في الغالب محتوية على أخبار قصيرة وفي بعضها متخصصين أو محللين أو حتى مرتبطين ببعض الأحداث التي تتناولها وتتناول المجلة الإخبارية عدة أخبار متفرقة غير أنها تركز دائما على حدث معين يتم تسليط الضوء عليه بكافة وسائل الطرح الإخباري من نقل لمجريات الحدث وتقرير توثيقي عنه وضيف تتم مناقشته وتحليل للحدث ويخضع اختيار الحدث من بين الأحداث التي تخبر عنها المجلة الإخبارية لمعايير عديدة منها مدى أهميته ومن الحاضر فيه وسياسة المؤسسة الناقلة وما إلى ذلك من أمور تحتم صدارته بقية الأخبار.

رابعا:الشريط الاخباري

تحرير الشريط التلفزيوني يحتاج مهارة إعدادية فائقة ذلك أن الحدث كاملا يتم اختزاله في جملة واحدة تتكون من عدة كلمات ويراعى في تلك الجملة عدة عوامل منها :

1. سياسة المحطة وزاوية نظرتها للحدث.
2. أهمية ورود اسم في الحدث من عدمه.
3. ترتيب الحدث بين الأحداث.
4. أثر الحدث على المشاهد.
5. طريقة تلخيص الحدث.

ويلعب معدو الشريط التلفزيوني دورا كبيرا في توصيل الخبر للرأي العام بالطريقة التي يودونها فعلى سبيل المثال من الممكن أن يرد خبرا يقول (الحكومة السودانية تعلق مفاوضاتها مع شريك السلام) وذات الخبر قد يرد (الرئيس السوداني يعلن عدم جدية الشريك وتوقف المفاوضات) ومن الممكن أن يرد (خلاف بين الحكومة السودانية وشركائها والحكومة تعلن أن لاتفاوض) وهكذا يكون كل خبر مختلفا في زاوية الرؤية عن نقل آخر لذات الخبر.

ويحتاج تحرير الشريط الإخباري لكاتب مانشيتات ماهر جدا في الاختزال وتوصيل المعلومة.

والشريط التلفزيوني قد يرد في شكل خبر عاجل بألوان حمراء وخطوط كبيرة أو خبر رئيسي بخطوط كبيرة دون الألوان الحمراء وقد يأتي في أسفل الشاشة كشريط متحرك أو متقطع.

وأهمية إعداد الشريط التلفزيوني تكمن في إلمام المعد بكل أحداث اليوم ذلك أنه وفي فترة وجيزة جدا من المفترض أن يكون الشريط الإخباري قد أوجز للمشاهد كل أحداث اليوم وسيتابع المشاهد تفاصيل الخبر الذي يهمه في سياق النشرات المختلفة ... فالمعد معني فقط في إعداد الشريط بتعريف المشاهد بحدوث حدث دون إمعان في التفاصيل لأن ما يرد في الشريط ليس سوى مادة ترويجية لما توردہ الأخبار.

خامساً:الشريط الاخباري

عناوين الأخبار كعناوين المقالات والكتب والبرامج وغيرها تحتاج لغة خاصة وتوليفة قوية بين الكلمات فالكاتب لاتعجزه كتابة مئات الصفحات التي يحتويها كتابه بقدرما يعجزه العنوان والصحفي والمعد يقعان في ذات المطب، وينبغي أن تكون العناوين واضحة كالسهل الممتنع تشوّق ولاتعطي الكامل ... تسقي ولا تروي حتى تتمكن تفاصيل الأخبار من أداء دورها في الشرح والتفصيل.

سادسا: التحرير التحليلي للخبر

وهو مادة وثائقية يعدها المعد لتكميل جوانب الخبر ويستعين فيها بخبراء ومحللين يعد لهم مادة معينة في سياق الخبر لتشكيل إضاءات حوله وتغطيته من كل الجوانب.

درج معظم المعدين على الترتيب المسبق مع الضيوف حول ما يتناولونه من أسئلة بل أن كثير من المعدين يعتمدون على الأسئلة التي يكتبها الضيف وهذا خطأ إعدادي كبير فالأسئلة الموجهة للضيف ليست لملء وقت شاغر كما يفعل معظم المعدين ولكنها حاجة لإيضاح جوانب معتمة من المادة المقدمة لذلك نجد خبراء المعدين وكبارهم يعدون المادة متكاملة بأسئلتها ثم بعد ذلك يتم اختيار الضيف ولا تحدث في الأسئلة سوى تغييرات طفيفة.

في حالة وجود ضيفين متعاكسين في البرنامج تكمن خطورة الترتيب المسبق للأسئلة وقد إنفضحت عدة برامج إخبارية شهيرة بسبب الترتيب المسبق والمتعجل والمفبرك.

ومن أسوأ أنماط المعدين ذلك الذي يؤطر أسئلته فقط في حدود حصيلته وما يعرف .. من المفترض أن يأتي الضيف بإضافة جديدة وبحديث جديد وبتحليل أكثر منطقية ومن المفترض في معد الأسئلة الإخبارية أن يكون قارئا جيدا لتاريخ الشخص المستضاف وآراءه أو كتاباته السابقة حول الموضوع وأن يكون شرسا في الطرح حال تناقض آراء الضيف حسب قراءته المسبقة للضيف وأن تكون الأسئلة قوية مختصرة وأن لايأتي بسؤال مركب ذلك أن السؤال المركب أقرب لإهمال جزء منه.

سابعا: تحرير المادة الاستطلاعية

المادة الاستطلاعية أو الريبورتاج الجماهيري ليس مجرد أسئلة عادية ولكنها في بعض الأحيان تشكل سياسة تنفسيّة في حالات الكبت والاحتقان وتمثل رسالة ما لجهة ما في بعض الحالات الأخرى وتمثل أيضا خطا معينا كما أنها في كثير من الأحيان تعتمد على ذكاء المعد .. فالمعد هو الشخص المحاسب على كل رأي يرد في برنامجه والمؤسسة

التي يعمل لها تحمل تبعات ذلك الرأي وأحيانا تكون هناك آراء يؤمن بها المعد وتؤمن بها المؤسسة ولكنها تقع تحت طائلة المسؤولية في حال تبنيها وقولها مباشرة فتأتي الريبورتاجات الجماهيرية التي يستخدم فيها المعد ذكاءه ليجعل الشخص المستطلع يقول ما يريد وبذلك يكون الرأي رأيا جماهيريا وتكون المؤسسة قد قالته بلسان آخر حر لا يخضع للمحاسبة والمساءلة وبطريقة غير مباشرة.

وهناك نمط آخر من الريبورتاجات الجماهيرية وهي توجيه الرأي العام أو إبراز أن هذا الرأي هو رأي عام وتأكيده عبر مختلف ألسن المستطلعين.

المهم في المادة الاستطلاعية أنها تحمل هدفا جوهريا غير معلن حتى لو كان هذا الهدف خاليا من قيادة المستطلعين نحو رأي معين وأن يكون فقط هو معرفة آرائهم وإبراز تنوعها وبحسب صياغة المادة الاستطلاعية يستطيع المعد الوصول لما يريده من نتائج فالصياغة الموجهة في الاستطلاعات تعمد غالبا للطرق الاستفزازية المضمونة النتائج مثلا (هل تتوقع توصل العرب لرأي موحد يلزم إسرائيل بعدم الاعتداء على الفلسطينيين ؟؟) سؤال استفزازي الصياغة ومضمونة فيه نتائج الإجابة بعكس صياغته (هل تتوقع أن يناقش العرب في اجتماعهم الوسائل التي توقف الاعتداء الإسرائيلي على الفلسطينيين) حينها ورغم ترجيح كفة إلا أن نتائج الفوارق بين اللا والنعم قد لا تكون كبيرة بقدر الصياغة الأولى للاستطلاع.

القسم الثالث

التقديم والمذيع

التقديم والمذيع

التقديم الإذاعي

ماهو التقديم الإذاعي؟

ينقل مقدّم المادة الإذاعية للمستمعين مواضيع تهمّهم وعناصر مسليّة، وعادةً ما يجري التماشي بينه وبين برنامجه بحيث يتمكن من جذب المستمع إلى البرنامج

يمهّد مُقدّم البرنامج للموضوعات المطروحة وينقل المستمع بسلاسة فيما بينها، ويُجري مقابلات ويستند بسرعة وبشكل مباشر على ما يحدث من تطورات راهنة. وأسلوب التقديم متعلّق بطبيعة البرنامج وشكله.

ماهي لغة التقديم الإذاعي؟

- يتحدث المذيع بلغة واضحة وطبيعية ويتجنب الجمل الطويلة المعقدة والكلمات الأجنبية.
- والمفاهيم المجردة. الأسلوب التفصيلي والملموس أفضل من الأسلوب المجرّد والعام. فكلما كان الكلام واضحا وملموسا كان أفضل.
- على مُقدم الفقرات الإذاعية أن يركّز على الأمور الأساسية ويتجنب ما هو فائض عن الحاجة. وعليه أن يستغني.
- عن الاستنتاجات ذات التسلسل الطويل. يجب أن تكون لغة للمستمع لا للقارئ بحيث يتم وصف كل الصور والأفكار البصرية والتصورات.

نقاط يتوجب مراعاتها في التقديم الإذاعي؟

1. يتمتّع مُقدم الفقرات بصوت جيّد. كما أنه يُخاطب المستمع بطريقة لطيفة وغير مفتعلة وأصيلة ويُعطي الانطباع بالمصداقية العالية.

2. يصل مقدّم الفقرة الإذاعية إلى مستمعيه بطريقة أفضل بكثير اذا كان عرضه للمادة طبيعيا وغير مفتعل وشخصياً .
3. على المضمون الذي يجري تقديمه ألاّ يبدو وكأنّه نص يُقرأ ولكن وكأنه يُحكى.
4. يحادث المذيع مستمعيه ولا يلقي محاضرات ويكتفي بالجوهري. ويمكن -إذا كان الفورمات أو إطار البرنامج العام يسمح بذلك- أن يقدم نفسه بشكل شخصي لأن ذلك يقوّي الرابطة بين المستمع والبرنامج.

ماهو طول التقديم؟

طول التقديم يتعلق بمضمون وشكل البرنامج. ينبغي كقاعدة عامة أن تكون فقرات التقديم قصيرة وأن يتم التأكد من صلتها باهتمامات المستمع وصلاحيتها الدرامية وهنا يمكن تطبيق المبدأ "ما قلّ ودلّ"

وفي برنامج عادي يحتوي مقاطع موسيقا وفقرات كلامية يبلغ مجموع الوقت الذي يستغرقه التقديم ككل حوالي من 15بالمائة الى 10 بالمائة من مدة البرنامج، وطبعا يزداد كثيرا هذا الوقت في برامج المقابلات والأحاديث والمعلومات.

التقديم التلفزيوني

ماهو التقديم التلفزيوني؟

- ينقل مقدّم المادة التلفزيونية للمشاهدين مواضيع تهمّهم وعناصر مسليّة وعادةً ما يجري التماشي بينه وبين برنامجه لأنه يعطي للبرنامج وجهاً شخصياً.
- يمهّد مُقدّم البرنامج للمواضيع ناقلاً المشاهد بسلاسة اليها ويُجري مقابلات ويستجيب بسرعة وبشكل مباشرلما يحدث من تطورات راهنة.

ماهي لغة التقديم التلفزيوني؟

- يتحدث المقدّم بلغة واضحة وطبيعية ويتجنب الجمل الطويلة المعقدة والكلمات الأجنبية.
- والمفاهيم المجردة. الأسلوب التفصيلي والملموس أفضل من الأسلوب المجرّد والعام. فكلما كان الكلام واضحا وملموسا كان أفضل.
- إلامَ يجب الانتباه عند التقديم أمام الكاميرا؟ لكي يحقّق المقدّم التواصل مع مشاهديه عليه أن يُقدّم فقرته بطريقة شخصية وطبيعية بدون افتعال.
- على المضمون الذي يجري تقديمه ألاّ يبدو وكأنّه نص يُقرأ ولكن وكأنه يُحكى
- الكاميرا موجودة رمزياً من أجل المشاهدين.
- الكاميرا لها فعل عدسة مكبّرة عملاقة.
- ويجب الانتباه الى تقليل الحركة أمام الكاميرا قدر الإمكان وتقديم النفس بكل ثقة.

ماهو طول التقديم؟

طول التقديم يتعلق بالمضمون والفورمات -الإطار والشكل المحدّدين- والبرامج التالية. ينبغي كقاعدة عامة مراعاة الاختصار وأن يتم التأكد من صلة التقديم باهتمامات المشاهد وصلاحية التقديم الدرامية.

الزي الخاص بمقدم الفقرة التلفزيونية.

يرتبط الزي بالفورمات -الشكل الصحفي في حالة مقدم البرامج ينبغي الالتزام بمواصفات الزي.

تعريف المذيع

مثلها مثل كلمة معلم أو طبيب أو طيار أو محاسب وكلها تشير إلى الوظيفة التى يؤديها شخص ما والعمل الذي يقوم به.

وفى لغتنا العربية وردت الإشارة إلى كلمة مذيع مرتبطة (بالفعل) أي العمل الذي يؤديه والوظيفة التى يقوم بها وكلمة (مذيع) هى اسم الفاعل إذاعة وهى تعنى الذيع أي الانتشار أو النشر والانتشار وإعلان ما كان خافيا أو غير معروف وعلى ذلك يكون المذيع وفقا على الأساس اللغوى هو الشخص الذى ينقل معلومات ما إلى عدد غفير من الناس وبالتالى يكون كل من (الواعظ والخطيب السياسي والمنادى في القرية مذيعا بهذا المفهوم لأن لدى كل منهم رسالة يود أن ينقلها واخباراً يريد أن ينشرها بل ربما يكون الباعث لذلك هو مجرد الرغبة الشخصية في أن يكون موضع اعجاب الجماهير. وإذا ما انتقلنا إلى اساليب هؤلاء في نقل افكارهم، غير أنهم يتميزون بامتلاكهم موهبة مخاطبة الجماهير والقدرة على إثارة العواطف، بل وتحريك هذه الجماهير للاقدام على اعمال معينة. أي تحريكها إلى مجرد العاطفة إلى نطاق (الفعل) وهذا الاسلوب بطبيعة الحال يختلف كل الاختلاف عن الاسلوب الذي يستخدمه الناس في حياتهم العادية.

لقد اختلفت وظيفة المذيع واختلفت أساليبه في اداء هذه الوظيفة تماماً، فلم يعد مقبولاً ولا ممكناً أن يكون مذيع اليوم هو نفس الخطيب القادر على استخدام الأساليب الخطابية المضخمة من معاني والاستعراضات الصوتية والشخصية الطاغية كما أن أسلوب الخطيب في العرض والتعبير بإشارات اليد، وملامح الوجه لايمكن أن يتلاءم مع طبيعة كاميرا التلفزيون التى تركز على هذه الإشارات وتنقلها بوضوح تام، وهذا من شأنه أن يجعل الخطيب أشبه بالممثل بالرغم من أن المذيع في الراديو والتلفزيون نتاج العصر الإلكتروني وثمرة من ثمراته إلا أن كثيراً من المهام التى يقوم بها الآن وجدت ذلك بآلاف السنين.

ومع ذلك فإنه لا يمكن القول أو التسليم بأن التشابه بين عمل المذيع وبين هذه الوظائف التى قام بها هؤلاء السابقون كانت تشابهها في كل شئ فهناك خلافات رئيسية جاءت بها هذه الوسائل الإلكترونية (الراديو والتلفزيون) تتمثل في جانبين رئيسين هما:

أولاً: أن الرسائل من خلال الراديو أو التلفزيون تصل إلى جمهور كبير متناثر عبر آلاف الأميال.

ثانياً: إن كلا الوسيلتين قادرتان على نقل الحدث من موقعه وأثناء حدوثه وهو يطلق عليه إصطلاح الفورية المطلقة.

ولعل هذه الفورية المطلقة إلى جانب طبيعة الراديو كوسيلة عمياء كما يقولون هى التى حتمت وجود المذيع وجعلته ذروة يمكن تجنبها أو لا مفر لأنه بدون هؤلاء المذيعين لا يمكن أن يؤدى وظيفة لأنهم هم الذين يقومون بالاتصال الشفوى المنطوق المباشر وهم الذين يصفون الاحداث ويقدمون برامج االترويج ويقرأون الاخبار.

فالاحتراف اصبح شرطاً للتعريف الاصطلاحي لكلمة (مذيع) اذا المذيع هو الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بواسطة الاذاعة والتلفزيون وبطريقة تخضع لمواصفات معينة ،وهذا التعريف وحسب المختصون يشمل على عدة عناصر هي :

1. أنه عمل يقوم على نقل وتقديم المعلومات صوتياً.
2. الاحتراف :أي أن يكون هذا العمل هو حرفة هذا الشخص .
3. أن يتم هذا العمل من خلال الاذاعة او التلفزيون او كلاهما.
4. أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتياً لمواصفات معينة تفرق بين عمل المذيع وغيره .

ولكن هذا التعريف يظل في حاجة الى مناقشة ، فهو وإن كان قد بلور المعنى بدقة في ميدان الاحتراف إلا أن الصوت ليس هو العنصر الوحيد اللازم لتقديم الخبر في الاذاعة والتلفزيون ، ربما كان هذا صحيحا في الاذاعة ، اما في التلفزيون فتلعب مواصفات وتقنيات اخرى في نقل الخبر منها الصورة التي يظهر بها المذيع ،والعوامل

المكملة مثل الديكور ،كما انه في بعض الحالات تكون الكاميرا هي المنفردة بنقل الخبر دون حاجة لصوت او صورة المذيع (في حال المذيع التلفزيوني) كما اهتم هذا التعريف بجانب واحد من وظيفة المذيع حين قصر دوره على مجرد نقل وتقديم النعلومات ،في حين ان النظرة الشاملة للمذيع هي تلك التي تفترض شمولية المذيع وقدرته على النقل والتقديم والاعداد والتفسير والتعليق والتحليل الخبري .

فالمذيع مقدم وهوناقل وشارح وهو ايضا مقدم لبرنامج الحوار اعداداً ومقابلة وهو قارئ للاخبار وهو مذيع ربط ،هذا فهم شامل لوظيفة المذيع الذي يجب ان يكون لديه من القدرات والخصائص والمؤهلات العلمية لاداء الحرفة في وسائل الاتصال الحديثة.

عمل المذيع:

ان المذيع بهذا المفهوم يستطيع أن يؤدي هذه الادوار وان كانت هناك مجالات معينة يظهر فيها المذيع قدرة ونجاحا أكبر من غيرها ،وقد ينظر الكثيرون الى عمل المذيع انه عمل سهل ،وان أي شخص يمكنه أن يؤدي هذا العمل ،فنا أسها ان يتكلم الناس ...هكذا يقول الناس دائما .. ولكن هذه النظرة خاطئة تماماً،اذ أن الكلام عبر الميكروفون (في الاذاعة)او عبر الشاشة (في التلفزيون) ليس امراً سهلاً ،أنه حرفه وفن وعلم يجب أن يمتلك من يتصدى لها موهبة وقدرات خاصة قد لاتتوافر لألأف أو ملايين الناس ،هذا الى جانب الحاجة الماسة الى ثقافة عريضة من العلوم والمعارف.

ثقافة المذيع

ينبغي أن يكون المذيع قد نال قسطا لابأس به من التعليم ،وفي هذا العصر فأن ادنى مستوى يُقبل من الشخص الذي يتقدم للعمل في هذه المهنة هو ان يكون جامعيا بمعنى انه قد انهى مرحلة الجامعة وليس شرطاً ان يكون قد حصل على تقدير عال في

تخصصه طالما يمتلك الرغبة الجادة في العمل والحرص على تحصيل معارف جديدة في تخصصات اخرى غير تخصصه الاصلي .

ويُقصد بهذه المعارف تلك الدورات الخاصة التي يجب أن يمر بها المذيع عقب اختياره ،وهي دورات مهنية تتناول أساسيات العمل في اجهزة الاتصال الجماهيري سواء في مهنة الاذاعة والتلفزيون مباشرة او في الوظائف المساندة والمساعدة للعمل الاذاعي والتلفزيوني ومن هذه المجالات :

1. الاجادة التامة للغة العربية فهماًواستخداماً.
2. تقديم النصوص.
3. الوحدات الصوتية ومخارج الحروف.
4. النطق وسلامته.
5. استخدام الميكروفون .
6. مواجهة الكاميرا.
7. الارتجال.
8. قراءة النص .
9. التلائم والتكيف مع المحطة الاعلامية .
10. نطق الكلمات الاجنبية.
11. الكتابة للاذاعة والتلفزيون .

ان اجادة هذه المهارات يُعد امراً اساسياً لتعزيز استخدام الرغبة النفسية للعمل كمذيع ،وكثيراً ما شبه المختصون هذه العناصر (بادوات المهنة) التي لايمكن الاستغناء عنها ،والا فقد المذيع هذه الصفة ،اذ كيف للمذيع أن يقرأ نصا مُزدحما بالاخطاء النحوية التي تُفقده صورته في ذهن المستمع او المشاهد ،وما يسببه ذلك من فقد الثقة في الجهاز الاعلامي في حالة تكرار ذلك،هذا الى جانب الاثار الخطيرة لانتقال هذ الاخطاء الى مُتلقي الرسالة في حالات التكرار.

وكذلك الامـر بالنـسبة للاسـس الفنيـة الاخـرى ... فـأن عـدم اجـادة المـذيع لكيفيـة التعامـل مـع الميكروفـون او مواجهـة الكـاميرا او عـدم القـدرة عـلى الارتجـال او الارتبـاك والـضعف في نطـق الاسـماء والعواصم الاجنبية ،كل ذلك يؤثر سلبا على موقف المـذيع امـام المـستمع او المـشاهد ،فالمـذيع لايمكـن ان يعمل بواسطة او المجاملة وحتى لو حدث ذلك فان الجمهور سيصدر حكمـه عليـه عـاجلاً ام اجـلاً ... لان عمل المذيع عمل علني في ادق تفاصيله الصغيره.

المذيع والصوت

من البديهي أن تقول: إن الصوت أداة أساسية للمذيع، إذ لابد أن يمتلك المذيع صـوتاً جيـداً قـادراً على التعبير، خالياً من عيوب النطق، قوياً يعكس شخصيته أثناء الحديث.. إن كل إنسان له صـوت، ولكـن القدرة على النطق السليم، وكيفية الأداء والإلقاء الجيد ووضوح المعاني هـو مـا يفـرق بـين الـشخص الـذي يصلح للعمل بالإذاعة والتلفزيون من عدمه.

((على المذيع أن يكون مبينا)) ولكي يكون المذيع مبيناً يجب أن يكون له صـوت قـوي معـبر خـال من الأصوات المنفرة الخشنة Harsh وكذلك الأصوات الحـادة Shrill وأن لا تكـون فيـه فأفـأة أو ثأثـأة، أو عيوب أخرى من العيوب الخاصة بالصوت أو بالنطق وهو مـا سنفـصله في مقـام آخـر عنـد الحـديث عـن عيوب الصوت. فإلى جانب جودة الصوت يجب دراسة فن الإلقاء أو فن استخدام الصوت لأن ذلك هو فن نطق الكلام بصورة توضح ألفاظه ومعانيه.

في الصوت البشري، فإن مصدر الذبذباب الصوتية أو ما يعرف بـالوترين الـصوتيين الموجودين داخل الحنجرة إذ ينتج الصوت لدى اهتزازاتها بسبب اندفاع الهـواء زفـيراً إلى الخارج.. ومن المتعارف عليه أنه كلما اقترب الوتران الصوتيان من بعـضهما كـان الـصوت قوياً، وكلما تباعـدا كـان الـصوت ضـعيفاً أو همـساً أو يـتلاشى تمامـاً.. ومـن ذلـك تتنـوع

أشكال وألوان الصوت تبعا لقوة الهواء المندفع زفيراً في الحنجرة ومدى تقارب الأوتار الصوتية. وقد قسم علماء الأصوات والموسيقيون الصوت إلى أنواع تبعاً لذلك وهي:

1. الباس: ويسمى أيضاً ((بالقرار)) أو ((العميق)) وهو يصدر عن الجوف (منطقة الصدر).
2. الباريتون: ويشترك مع القرار في منطقة خروجه ولكنه أقل منه.
3. التينور: وهو صوت وسط، ويتميز بالرنين والخفة وسرعة الحركة ويتميز صاحبه بميزة القدرة على التنغيم والتلوين أن أحسن استخدامه.
4. الألتو: وهو صوت رقيق في الرجال، ضخم في النساء (فهو القرار النسائي) وهذا الصوت يخرج من الحنجرة.
5. السوبرانوا: وهو أرق أصوات النساء، وهو سريع حاد قادر على الدرجات العليا من السلم الموسيقي كما أنه صوت حيوي نشيط.

ومعنى ذلك أن الصوت إما أن يصدر من الصدر (القرار) حيث تفتح الحنجرة عند الكلام، وتتباعد الأوتار الصوتية وتهتز اهتزازاً يتصف بالرنين، أو أن يصدر من الحنجرة في حالتها المعتادة دون فتح (في الباس والباريتون) ودون انطباق (كما في السوبرانو).

وأما أن يصدر الصوت من منطقة الرأس حيث يشعر المتحدث أو صوته يخرج من مؤخرة رأسه حيث تكون الأوتار الصوتية مشدودة ومتقاربة بشكل كبير.

جهاز الكلام

ربما يستغرب البعض حين نقول: إن هناك فرقاً بين اللغة والكلام، ذلك أن اللغة هي مجموعة من العلامات أو الرموز أو الدلالات المختزنة في عقول الناس، أما الكلام فهو وظيفة يقوم بها الفرد المتكلم، أو المجهود العضلي الحركي الذي ينتج عنه أصوات لغوية معينة، فاللغة ظاهرة جمالية بينما الكلام نشاط فردية.

المناطق التي يخرج منها الصوت في الجسم الإنساني:

أولاً: منطقة الجوف:

يقصد بالجوف ((التجويف الصدري)) الذي يحتوي على الرئتين وتخرج منه حروف المد: ((الألف والياء والواو))، إذا جاءت ممدودة، أما إذا كانت غير ممدودة فتخرج من مخارج أخرى.

ثانياً: منطقة الحلق:

وتتكون من مراحل ثلاث مناطق فرعية:

أ. أقصى الحلق: وتخرج منه الهاء والهمزة.

ب. وسط الحلق: وتخرج منه العين والحاء.

ج. أعلى الحلق: وتخرج منه الغين والخاء.

ثالثاً: اللسان:

وله ثلاثة مخارج فرعية:

أ. أقصى اللسان وتخرج منه: القاف والكاف والجيم ((بدون تعطيش)).

ب. وسط اللسان وتخرج منه: الجيم ((معطشة)) والشين، والياء ساكنة والضاد، واللام.

ج. نهاية اللسان وتخرج منه: حروف النون والدال، والسين والصاد والزاي والطاء (المهملة).

د. طرف اللسان تخرج منه الظاء والذال والثاء.

رابعاً: الشفتان:

أ. مخرج انطباق الشفتين معاً وانفراجهما: الميم والواو والباء.

ب. مخرج انطباق الشفة السفلى مع أسفل الأسنان العليا مثل الفاء.

خامساً: الخيشوم:

وهو تجويف الفم ويخرج منه حركة امتداد صوت النون والميم والتنوين- امتدادا كاملاً- واندفاع الهواء ثم انحباسه في حركة الظاء والزاي والذال.

إن هذه المخارج التي تمت مناقشتها توجد كاملة بالتفصيل في علم التجويد والقراءات الذي كان ثمرة من ثمرات تلاوة القرآن الكريم، وهو ما ينبغي على المذيع- إذاعة وتليفزيون- أن يدرسه دراسة وافية إذ أن أجادة هذا العلم ستصقل كيفية نطق وإخراج الحروف بصورة تعبر عن المعاني، هذا مع مراعاة عدم ((التقعر)) و((التكلف)) الذي قد يفقد المضمون شكله الجمالي والتعبيري عبر المذياع أو التليفزيون.

ويورد الباحثون صفات الحروف أو أحوالها عند النطق بما يسمى ((بصفات الأصوات)) وهي صفات كثيرة ومتنوعة تبعاص لطريقة النطق قوة وضعفاً، وتبعاً لحدوث ذبذبة في الحبال الصوتية من عدمه ((الجهر والتحليق)) ويمكن التفصيل في هذه النقطة لأهميتها في كيفية نطق الحروف:

أولاً: قوة الحرف أو ضعفه

الحرف القوي هو ما يعتمد على مخرجه دون حاجة لكمية من الهواء تدفعه، وعكسه الحرف الضعيف ومعظم الحروف تصنف ضمن الحروف الضعيفة ويمكن بيما ذلك:

1. الحروف القوية هي:

(الضاد ((المنقوطة))- الهمزة- الجيم- الدال- القاف- الطاء- الباء- الكاف- التاء) وتسمى هذه الحروف أيضاً بالأصوات أو الجهرية أو الشديدة.

2. الحروف الضعيفة هي:

الألف- الياء- الواو- الثاء- الحاء- السين- الذال- الراء- الزاي- السين- الشين- الصاد- العين- الغين- الفاء- اللام- الميم- الهاء، وتسمى هذه الحروف أيضاً بالأصوات الرخوة حيث عن مجرد ضيق أحد الخارج.

ثانياً: العلو والانخفاض

والعلو هنا هو ميل اللسان عند النطاق إلى أعلى الفم لإخراج الحرف وعكسه الانخفـاض وحـروف العلو "يسميها البعض الاسـتعلاء" وهـي: الخـاء، الـصاد، الـضاد، الغـين، الطـاء، القـاف، الظـاء، أمـا حـروف الانخفاض "يسميها البعض الاستغفال" فهي باقي الحروف العربية.

ثالثاً: الجهر والهمس

إذا صاحب نطق الحرف اهتزاز وذبذبة في الحبال أو الأوتار الصوتية فيكون الصوت مجهوراً، وعند اندفاع الهواء بين الأوتار يهتزان بانتظام فيحدث الصوت متناسباً مع عدد الهزات في الثانية، وهناك أصوات ساكنة مجهورة هي:

الباء، الجيم، الدال، الراء، الزاي، الضاد، الظاء، العين، الغـين، الـلام، النـون أصـوات تـسمى بأصـوات اللين.

أما الصوت المهموس: فعكس الصوت المجهور حيث لا تهتز أثناء النطق به الحبال الـصوتية وهـذه الأصوات تظهر في أثنى عشر حرفاً هي: التاء، والثاء، الحاء، الخاء، السين، الشين، الصاد، الطاء، الفاء، القـاف، الكاف، الهاء.

ومما يجدر ذكره أن ما يعرف بأصوات اللين "vowels" تشمل ما عرف بالحركات من فتحة وكـسرة وضمة. وكذلك حروف المد (الف مد، يـاء مـد، واو مـد) وقـد فـرق البـاحثون بـين كـل مـن أصـوات اللـين والأصوات الساكنة على أساس أن أصوات الين تسمع من مـسافة "أبعـد مـن المـسافة التـي تـسمع عنـدها الأصوات الساكنة".

رابعاً: التفخيم والترقيق

التفخيم والترقيق ظاهرتان تنتجان عـن حركـات عنـد النطـق تغـير مـن شـكل حجرات الرنين بقدر يمنح الصوت شكلاً مفخماً أو مرفقاً ومن أمثلة ذلك قولك: رابـح، ربي، هذا لابد أن تفخم الراء في الكلمتين وإلا ظهر في نطقك لكنة غـير محبوبـة وغـير

مقبولة... والجدير بالذكر أن جميع الحروف العربية حروف رقيقة ما عدا مـا يـسمى بحـروف "الاسـتعلاء" فهي مفخمة في جميع الأحوال وهي: (خ- ص- ض- غ- ط- ظ- ق).

ولكن هناك حروفاً تفخم وترفق حسب الأحوال وهي:

1. ألف المد إذا جاءت بعد حرف مفخم.
2. اللام في لفظ الجلالة: فتفخم إذا كانت بعد كلمة آخرها مفتوح او مضموم، وترفق فقط في حالة الكسر مثل قولك ((في أمان الـلـه)).
3. الراء: وهي مفخمة في جميع الأحوال إلا إذا كانت مكسورة والكسر ثابت في أصل الكلمـة والـراء ساكنة فترفق مثل: ((قرد)) ((فرعون)) ولكن إذا جاء بعدها حرف استعلاء فتفخم مثل "مرصاد" و"قرطاس".

خامساً: الصفير

وله حروف ثلاثة هي: السين، والصاد، والزاي، وتنطق هذه الحروف عن طريق حركـة اللـسان مـع الأسنان العليا.

سادساً: القلقة

ويقصد بها ترجيع اللسان عند انطباقه مع سقف الفم في بعض الحروف لتوضيح الحرف إذ بـدون هذا الترجيع لا يظهر الحرف بسبب سكونه.

وهذه الحروف هي: القاف، الطاء، الباء، الجيم، الدال، ويجمعها علماء التجويـد في كلمـة ((قطـب جد)).

سابعاً: التفشي

وله حرف واحد هو ((الشين)) وهو انتشار صوت الحرف حتى يملأ الفم.

ثامناً: الرنين

ويظهر في حرف "الراء" حيت يتكرر الصوت تكراراً يشبه صوت الجرس.

تاسعاً: المد

وذلك في حروف "المد" فقط حيث نمد الحرف زمناً يفرقه عن حركات الأعراب المفتوحة والمكسورة والمضمونة (الفتحة والكسرة والضمة) حتى لا يختلطان... وفي علم التجويد متسع لمن أراد التفصيل في معرفة أزمان المد وأنواعه وهو باب يفيد المذيع بلا شك ويعينه على أن يكون مبيناً واضحاً في تعبيره.

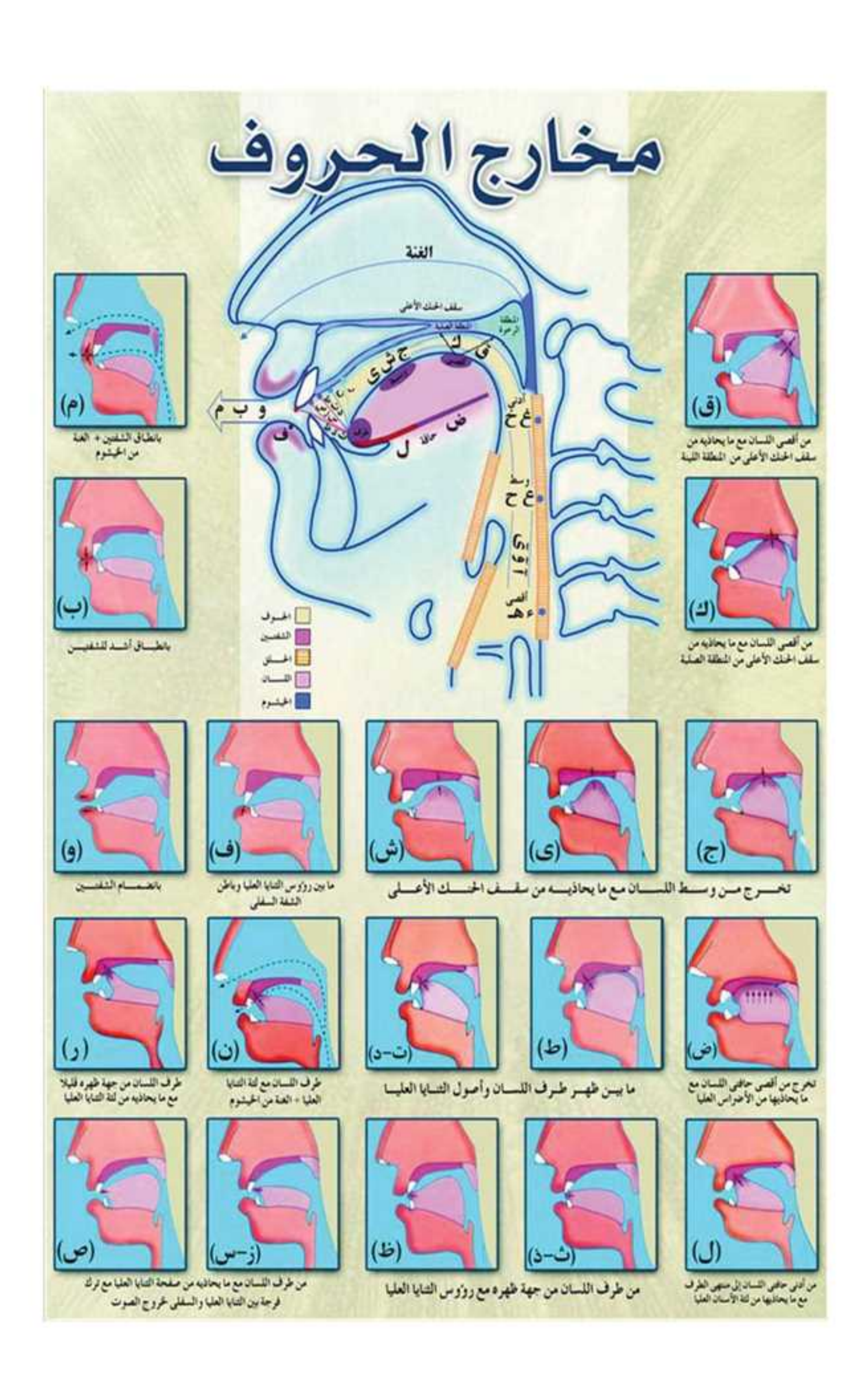


عاشراً: الإدغام والإقلاب والإخفاء

والإدغام هو امتزاج حرفين ببعضهما فيكونان في النطق حرفاً واحداً سواء أكان الحرفين متماثلين أو متقاربين. مثال ذلك: "راحت تجري" "لم يسلم ماجد" وفي الحروف المتقاربة ذات المخرج الواحد مثل التاء والدال: "جاءت دلال" أما الإقلاب فهو أن تقلب الحرف المنطوق إلى حرف آخر مختلف أثناء النطق وذلك في حالة حرف "النون" الذي يصبح ميماً إذا جاء بعده حرف الباء وما يحدث للنون يحدث في حالة التنوين، مثال ذلك:

إن بذلك تنطق: إمبدالك

أن بورك، تنطق: أمبورك.



مخارج الحروف
الغنة
سقف الحنك الأعلى
(م)
بانطباق الشفتين + الغنة من الخيشوم
(ق)
من أقصى اللسان مع ما يحاذيه من سقف الحنك الأعلى من المنطقة اللينة
(ب)
بانطباق أشد للشفتين
(ك)
من أقصى اللسان مع ما يحاذيه من سقف الحنك الأعلى من المنطقة الصلبة
(و)
(ف)
(ش)
(ى)
(ج)
بانضمام الشفتين
ما بين رؤوس الثنايا العليا وباطن الشفة السفلى
تخرج من وسط اللسان مع ما يحاذيه من سقف الحنك الأعلى
(ر)
(ن)
(ت-د)
(ط)
(ض)
طرف اللسان من جهة ظهره قليلا مع ما يحاذيه من لثة الثنايا العليا
طرف اللسان مع لثة الثنايا العليا + الغنة من الخيشوم
ما بين ظهر طرف اللسان وأصول الثنايا العليا
تخرج من أقصى حافتي اللسان مع ما يحاذيها من الأضراس العليا
(ص)
(ز-س)
(ظ)
(ث-ذ)
(ل)
من طرف اللسان مع ما يحاذيه من صفحة الثنايا العليا مع ترك فرجة بين الثنايا العليا والسفلى لخروج الصوت
من طرف اللسان من جهة ظهره مع رؤوس الثنايا العليا
من أدنى حافتي اللسان إلى منتهى الطرف مع ما يحاذيها من لثة الأسنان العليا

بعض الحروف الهجائية في أوضاعها المختلفة أثناء النطق:

في التنوين: منفطر به، تنطق: منفطرم به.

عامل بإخلاص، تنطق: عاملم باخلاص.

أما الإخفاء: ومعناه تخفيف نبرة الحرف دون إخفائه إخفاء كاملاً ويحدث إذا جاء بعد النون أو التنوين حرف من الحروف الآتية:

الصاد، الذل، الثاء، الكاف، الجيم، الشين، القاف، السين، الزاي، الفاء، الظاء.

هذا ويجب أن تراعى في الإخفاء قاعدة الإدغام وهي أن يكون الحرف الأول ساكناً ويكون التالي متحركاً... كما أن عرض هذه القاعدة بإيجاز يستوجب الإشارة إلى ضرورة دراسة علم القراءات والتجويد على يد متخصص حيث أن التحصيل عن طريق التدريب العملي وتجربة المذيع لإخراج الأصوات من مخارجها الصحيحة في الجهاز الصوتي يجنبه كثيراً من العيوب والأخطاء التي يقع فيها الكثيرون.

موسيقى الكلام:

إن الإيقاع في الأداء الإذاعي أمر أساسي لتحقيق التواصل مع الجمهور من ناحية ولتحقيق الجمال في الأداء من ناحية أخرى وإلقاء المذيع سواء أكان يقرأ مادة إخبارية أو أدبية أو دينية يحتاج إلى تلك "الوحدات النغمية" التي يستخدموها الموسيقيون والمعروفة لديه (بالتمبو) وذلك لتنغيم وتنويع الأداء الصوتي ارتفاعاً وانخفاضاً و"يعد التنغيم الإطار الصوتي للكلمة أو الجملة" في سياق الكلام. فالكلمة الواحدة يمكن أن تأخذ نمطاً أو تنغيماً موسيقياً خاصاً يناسب المعنى ويعبر عن الشعور النفسي للمتحدث أو الجو النفسي للنص المذاع وهو أمر يميز العمل الإذاعي دون غيره من الفنون الإعلامية.

على المذيع أن يتساءل قبل أن يجلس أمام الميكروفون أو الكاميرا هل أعد نفسه وتهيأ صوتياً ونفسياً لإلقاء ما لديه؟

أن كلام المذيع ليس كلاماً عادياً يتحدث به مع أصحابه أو في منزله وإنما هو أداء صوتي مهني محترف يراد منه توصيل الرسالة المتضمنة داخل النص، ومع ذلك فإنه لابد أن يعرف كيف يمكن أن يبدو عادياً وبسيطاً أمام الجمهور وهي التي تمثل قمة الاحتراف.

وكثيراً ما يشاهد ويستمع الناس إلى المذيع وهو يقدم نصاً لا يفهمونه، ويستشعر الناس في كثير من الأحيان أن المذيع ذاته لا يفهم ما يقول، أو أنه "لا يتعايش" مع ما يقرأ.. إن المزاج النفسي، والاندماج، والكلام المتلائم مع طبيعة المادة المقروءة... وفهم المعاني كلها أمور تظهر للمستمع أو المشاهد بكل سهولة حتى ولو تصور بعض المذيعين أن مهمته تنتهي بمجرد "قراءة" النص قراءة تشبه "التخلص" من شيء غير مرغوب فيه!

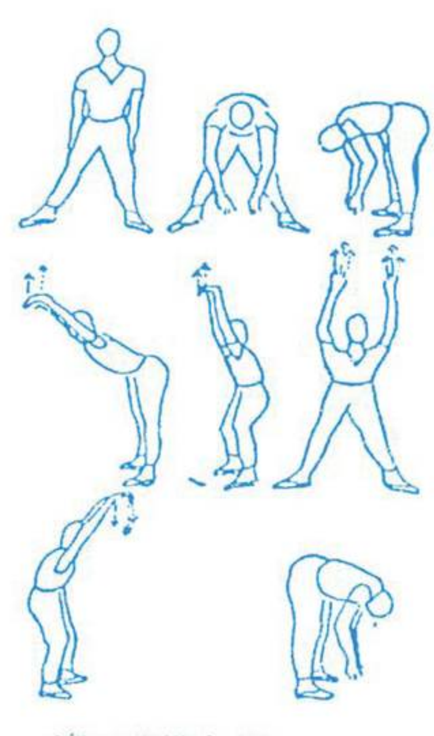
ولكي تختفي ظواهر مثل الاستعجال في القراءة والعصبية الناتجة عن المزاج النفسي غير المهيأ، و"الحزق" وإرغام الصوت على الخروج من طبقة صوتية غير طبيعية، وعدم التقدير السليم لمعنى التسليم والتسلم أو ما سمى بالأخذ والعطاء في حالة الاشتراك مع مذيع آخر في القراءة... كل هذا لا يمكن تجنبه بغير التدريب اللازم لعملية إنتاج الكلام بصورة حرفية وهو ما يتأتى بقدر كبير من تمرينات الاسترخاء وتمرينات التنفس التي يوصى بها، وتعد مدخلاً هاماً يدرسه الممثلون والمذيعون والخطباء وغيرهم ممن يستخدمون اللغة والمعاني كنسق لا ينفصم، ونورد هنا بعض هذه التمرينات التي يمكن للمذيع أن يواظب عليها من أجل صوت قوي ومرن يضمن الإحساس بأنماط الكلام، والقدرة على التحكم في السرعة والطبقة الصوتية المناسبة:

أولاً: تمارين الاسترخاء (موريس فيشمان):

أورد موريس فيشمان هذه التدريبات ضمن عناصر الحركة على المسرح وهي تدريبات هامة للمذيع كذلك حيث أنها تحقق ليونة الجسم وتؤدي إلى نبذ التوتر الذي يؤثر على أدائه الصوتي والحركي أثناء تقديم النص في الإذاعة أو التليفزيون، وهي تدريبات تستغرق من 12 إلى 15 دقيقة يومياً:

التمرين الأول:

1. قف وقدماك منفرجتان والذراعان تتدليان في استرخاء إلى جانبيك (شكل 1).
2. انحن إلى الأمام على أن تكون الرأس إلى أسفل تماماً: الرأس الذراعان في استرخاء والركبتان في حالة انثناء ضعيف وعدم محاولة لمس الأرض حتى لا يتصلب الجسم.
3. افرد جسمك إلى أعلى ببطء كما لو كنت تنجذب إلى السقف بخيوط متصلة بأصابعك.
4. استرح في وضع لانحناء (فقرة 2) وكأن الخيوط المتصلة بأصابعك قد حلت (كرر هذا التمرين 8 مرات).



شكل رقم (1) التمرين الأول

التمرين الثاني:

أدر رأسك ببطء أولاً ناحية اليسار، ثم بعدئذ إلى اليمين (ست مرات في كل ناحية) وإذا شعر بالدوار توقف.

التمرين الثالث:

لف ذراعك اليسرى إلى جانبك (شكل 2) كما لو كنت تقذف شيئاً وذراعك أعلى من كتفك (يكرر ذلك ست مرات ويفعل نفس الشيء بالذراع اليمنى، ويكرر أيضاً مع لف الذراعين معاً في الوقت نفسه).



شكل رقم (2)

التمرين الرابع:

احفظ توازنك على الساق اليمنى مع وضع اليدين على الردفين (شكل رقم 3) ولف الساق اليسرى خمس مرات.

احفظ توازنك على الرجل اليسرى، ثم لف الرجل اليمنى خمس مرات.

التمرين الخامس:

شد وأرخ قدمك اليسرى وذلك بشد وإرخاء أصابع قدمك ست مرات، كرر هذا مع القـدم اليمنـى، وبعدئذ هز كل قدم على الترتيب حتى تشعر بها وكأنها تطير.



شكل رقم (3)

التمرين السادس:

قف وقدميك منفرجتين والذراعين متدلين في استرخاء إلى جانبيك وبعدئذ انحن قليلاً إلى الأمـام ثـم لف الجذع خمس مرات إلى اليمين واليسار (شكل رقم 4).

التمرين السابع:

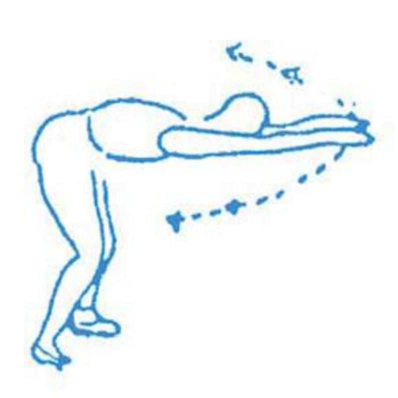
قف ومعصميك أمام جسمك وهز كل معصم بدوره حتى تحس به سائباً ومتـدلياً كثقـل لا حركـة فيه ثم لف المعصم الأيسر وكرر هذا مع المعصم الأيمن.



شكل رقم (4)

التمرين الثامن:

اثن الجسم حتى يصبح الجزء الأعلى من الجذع موازياً للأرض مع جعل الذراعين مغردتين للأمام والرأس مرفوعاً لأعلى، ستشعر بتوتر في الرقبة والكتفين، ادفع الذراعين إلى الجانبين مع إبقائهما في مستوى الكتفين ثم أعدهم للوضع الأمامي (شكل 5) وتبقى الرأس مرفوعة أثناء ذلك، ارجع الذراعين للأمام والجانبين ست مرات وبعد ذلك استرخ في وضع الوقوف معتدلاً.



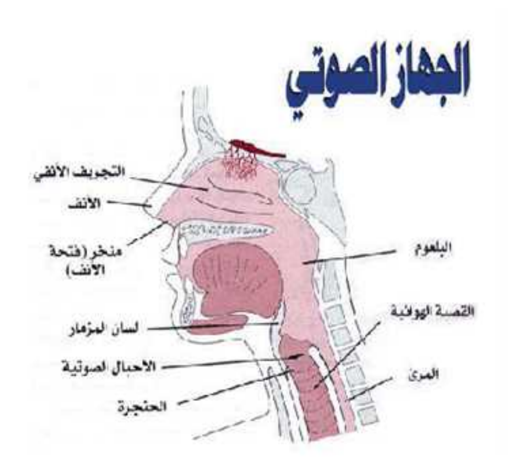
شكل رقم (5)

التمرين التاسع:

وهو تمرين يمارس ليلاً بعد عناء يوم شـاق: اسـتلق ممـدوداً عـلى الأرض أو الفـراش مـع مـسند أو وسادة صغيرة تحت قاعدة العنق، دع جسمك يغوص في الفراش كأنه ثقل لا حراك فيه، ستـشعر أن هنـاك منطقة ما فيها شيء من التوتر والإجهاد (قد تكون الرقبة أو الكتفان) انقل في تـأن نقطـه التـوتر هـذه إلى منطقة أخرى بالجسم كالعمود الفقري، ثم الساقين ثم الأصابع ثم القدمين، ستشعر أن نقطة التـوتر تـصل إلى أحد كتفيك ثم إلى أحد ذراعيك عن طريق العمود الفقري... أخيراً دعها تصل لليـد (بعـد ضـمها قلـيلاً) ثم أرخ التوتر بفتح يدك... إن هذه التمرينات المتعلقة بالاسترخاء تضمن عدم وجود توتر مـا في العـضلات وهو ما ينعكس على حيوية الصوت أو حركة المذيع على الشاشة.

تمرين ضبط التنفس أمام الميكروفون والكاميرا

ذكرنا فيما سبق أن ((الزفير)) الخارج من الرئتين يكون عموداً من الهـواء في القـصبة الهوائيـة، وأن هذا الهواء يضغط على الأحبال الصوتية مما يجعلها تنفرج أو تنغلق بإيقـاع معـين يـسمى النغمـة، وحـين يقوى الصوت مـرة أخـرى أثنـاء مـروره بـالحنجرة والفـم والأنـف تظهـر النغمـة أو المقـام الـصوتي المميـز للشخص، هنا تمارس أعضاء النطق (شفتان، لسان، أسنان، سقف الحلق الأمامي والخلفي) دورها في تشكيل الحروف والكلمات والجمل.



إن هذا يعني أن جميع أشكال التدريب للجهاز الصوتي يجب أن تراعى هذه المراحل: النفس، النغمة، المقام الصوتي، الكلمة، وكل مرحلة من هذه المراحل تدريباتها الخاصة، وأصولها العلمية التي ينبغي على المذيع دراستها والتدريب عليها تصبر وحماس. لقد عرضنا آنفا بعض التمرينات الخاصة بالاسترخاء التي تضمن جسماً خالياً من التوتر، والآن نعرض لبعض التدريبات المتعلقة بضبط التنفس أثناء القراءة الإذاعية بجميع أشكالها وفنونها.

إن المهم قبل إجراء هذه التدريبات أن لا يكون هناك توتر أو تكون الملابس التي يرتديها المتدرب ذات ضغط على الصدر أو البطن كما يفضل أن تكون المعدة خالية من الطعام. وتؤدي التمرينات في الهواء الطلق ومن هذه التمرينات:

التمرين الأول: الشهيق البطيء:

قف في حال استرخاء واضعاً أصابعك إلى جبينك اقفل الفم وتنفس من الأنف ببطء شديد وهدوء نام حتى تشعر بامتلاء الخاصرتين الهواء، ابق الهواء مخزناً في الداخل لمدة 5 ثوان تقريباً، اخرج الهواء بعد ذلك دفعة واحدة من الفم. كرر هذا التمرين 6 مرات متوالية، ويمكن أن يكون على ثلاث دفعات يومياً مع محاولة زيادة كمية الهواء المخزن في كل مرة.

التمرين الثاني: الشهيق السريع:

قف حسب الشروط، وتنفس بسرعة دون إحداث صوت من الأنف وخزن الهواء أطول فترة ممكنة ثم اخرج الهواء دفعة واحدة، كرر هذا التمرين ست مرات وثلاث دفعات يومياً.

التمرين الثالث: الشهيق والفم مفتوح:

أعد التمرينين السابقين والفم مفتوح واللسان غير ضاغط ولكن مستريح في وسط الفم، وحاول منع تسرب الهواء من الفم بكل ما تستطيع، قد يستغرق هذا التمرين جهداً لكن الإدارة والحماس قادران على تحقيقه.

التمرين الرابع: الزفير البطيء:

خذ شهيقاً سريعاً، وخزن الهواء أطول مدة ممكنة، ثم أخرج الهواء من الفم ببطء مع مد الشفتين إلى الأمام كأنك "تصفر" مع مراعاة عدم ارتعاش الهواء.

ويمارس هذا التمرين أيضا ست مرات وثلاث دفعات يومياً.

هذا وقد أورد موريس فيشمان في كتابه تدريب الممثل (ترجمة نور الدين مصطفى) مجموعة أخرى من تمارين ضبط التنفس لمن أراد الاستزادة، وأخيراً فإن المذيع عليه أن يحذر التدريب العشوائي بمجرد رفع الصوت والصراخ بوهم زيادة قوته حيث يمكن أن يتسبب ذلك في حشرجة أو شرخ يستحيل علاجه... إنما اتباع الأصول العلمية في التمرين هو الطريق الصحيح لصقل تلك الجوهرة التي ميزه الله بها.

المذيع وعيوب الصوت في الإذاعة والتلفزيون

إن عيوب الصوت البشري قد ترجع إلى مرض عضوي أو تكون بسبب عدم الصوت وتدريبه أو بإهماله، والأصوات المعيبة تنتج عن عدم السيطرة على التنفس في حالتي الشهيق والزفير، أو بسبب ضغوط في الحق. فالصوت الجيد يستوجب خلو صاحبه من الأمراض، وسيطرته على التنفس مع وجود الحلق في حالة الاسترخاء وانفتاح.

ولقد أورد الأستاذ الباحث "عبد الوارث عسر" تصنيفاً مشهوراً في كتابات الباحثين للأصوات المعيبة واقتراح بعضاً من طرق علاجها ولا بأس من إيرادها لإفادة:

1. الصوت الحلقي ذو الغرغرة: Throaty Tuttiral Tone

وهو الصوت الصادر من الحلق أو الحنجرة أو الرقبة أو الزور، وينشأ هذا العيب عن التقلب أو الارتفاع في مؤخرة اللسان من الداخل فيخرج الصوت مغرغراً تغلب عليه نبرة اللسان يقربه من مخرج هذا الحرف.

العلاج... هذا التمرين:

يقف المذيع أمام الكاميرا ويفتح الفم ليرى وضع اللسان، سنلاحظ ارتفاع مؤخرة اللسان حاول ان تمنع هذا الارتفاع، والطريقة هي أن تنطق بحروف المد الثلاثة (الألف والواو والياء) ممدودة جداً، وخصوصاً الياء الحادة في كلمة (ميل) ثم حاول جاهداً إعادة لسانك للوضع الطبيعي، والأمر يحتاج لإصرار وعزيمة وبعد ذلك مرن اللسان على الخروج من الفم إلى أقصى ما تستطيع ببطء أولاً ثم بسرعة ومرونة على الجانبين، وكذلك لأعلى وأسفل إلى سقف الفم وأسفله، دون زيادة فتحة الفم.

2. الصوت المكتوم: Wooly Tone

والترجمة الأجنبية تشير إلى أن الصوت يبدو وكأنه مغطى بالصوت، أي هامس Breath، وخاف، وسبب ذلك ابتعاد الأوتار الصوتية عن بعضها، وقد يكون سبب ذلك مرضاً عضوياً، أو أن طبيعة خلقه هكذا، وعلاجه يتم بمحاولة تضييق الحنجرة بإخراج حروف المد، واستعمال منطقة الرأس في الكلام وهي منطقة انطباق الحنجرة.

3. الصوت المعدني (النحاسي): Metal Tone

يطلق الموسيقيين وصف "الأقراع" على هذا الصوت وهو عكس الصوت المكتوم، وفيه يشتد اقتراب الأوتار الصوتية من بعضها، وعلاجه استعمال منطقة الصدر في نطق حروف المد.

4. الصوت الأفقي (الأخنف): Nosa Tone

وإن لم يكن هذا الصوت ناتجاً عن سبب خلقي فإن سببه يكون ضغط اللسان إلى الداخل أو انكماشه بحيث يصبح عائقاً أمام خروج الصوت كله من الفم فيتسرب بعضه إلى الأنف، والعلاج باستعمال تمارين علاج الصوت الحلقي، وملاحظة عدم تسرب الصوت إلى الأنف.

5. الصوت المندفع: Frontal Tone

هو صوت ينساب مندفعاً من مقدمة الحنجرة من أعلاها فيفقد لونه وتكيفه الذي تقوم به الأوتار الصوتية داخل الحنجرة مما يؤدي إلى أن يكون ثقيلا مملاً. وسبب هذا العيب تصلب أعصاب الرقبة والحنجرة والحديث الهادئ المنظم.

6. الصوت المرتعش Tremulous Tone

وأسبابه:

- تنفس خاطئ.
- التحدث من طبقة صوتية خاطئة.
- سوء الاستعمال والتنقل في المناطق الصوتية.
- الأعصاب الضعيفة.
- الشيخوخة.
- الخوف.

7. الصوت الأجش Husky Tone

ويحدث نتيجة البرد وإجهاد الصوت وقد يكون ناتجاً عن عاهة طبيعية.

8. الصوت الخافت Deadened Tone

وهو صوت منطفئ الرنين هامس، وأسبابه قد تتعلق بعيب خلقي في الأحبال الصوتية أو بسبب مرض في الرقبة، أو بسبب تأصل عادة خاطئة منذ الصغر. وعلاج ذلك من خلال التمرينات التي تناولناها سابقاً.

المذيع والتدريب اللغوي

في إحدى دورات التأهيل للمذيع التلفزيوني، أو عزت إحدى شبكات التلفزة عن رغبتها لتوظيف مراسل يجيد اللغة الإنجليزية قراءة ومحادثة وبطلاقة، فأبلغت المتدربين

رغبة الشبكة، ممن يجد في نفسه الكفاءة لهذا العمل، حيث يتقاضى راتباً مغرياً مع ساعات عمل قليلة نسبياً.

إن الذي حدث هنا، أن المتدربين بدءوا يتساءلون فعلياً فيما بينهم، عن الشخصية المؤهلة فعلاً لخوض هذه التجربة بكل ما تحتاجه من مهارة ومقدرة، ومع وجود القادرين إلا أنه قدر سيطرت عليهم فكرة اللغة وقواعدها العامة وتركيبها ومحتواها فالمسألة لا تقتصر على المعرفة، أو القدرة العادية للتناغم مع لغة ما وقد لا تعتمد أبداً على أن هذا المذيع يمتلك مقومات المذيع التلفزيوني الناجح إذا لم يحتفظ أولاً بمقدرة لغوية عجيبة متفوقة.. وفي كل اللغات التي يعمل بها.

كيفما نظرت إلى العربية، تجدها غنية مكتنزة بسيطة، لكن المقتدرين فيها والمتمكنين قلّة وخاصة في المجال الإذاعي، فبعضهم يتعاطها بالسليقة والفطرة، والبعض الآخر يحاصرها فيسّكن هنا ويكسر هناك فيقتل ما لها من روعة وموسيقى وإحساس.

مذيع الأخبار يحتاج المهارة في العربية كما يحتاج مراسل الشبكة تلك إلى الإنجليزية، ليس هناك ثمة فرق بينهما، فقواعد العربية وتركيبتها والمحتوى العام لمعاني جمله، لدى المذيع، تمثل صنعته، فهي الوسيلة والأداة، وهي الطريقة التي سينجز فيها مهمته، ويقوم بواجبه اتجاه مهنته على أكمل وجه.

وقبل أن يبدأ المذيع مهمة التدريب اللغوي ومراجعته في هذه العجالة، عليه أن يستحضر لغته التي نطق أولى كلماته بها، وتعلم من خلالها كيف يخاطب أبويه، ثم عائلته، وبعدها جلس إلى مقاعد الدراسة ينهل من علوم الحياة، فكلماتها ومعانيها، وكيف كانت وسيلته إلى أصدقاءه ومعارفه وعمله، وكيف يتحدث بها الآن، إن الفرق الواضح هنا أننا أدخلنا ما يكفي للغة الأم من التحرير والتلخيص حتى ضاع نحوها وفقدنا بعض رسوماتها الساحرة.

على المذيع في البداية أن يعود إلى- ألف باء- القواعد، الكتب الأولى، يلقى عليها نظرة فاحصة عميقة يراجع فيها درسه الأول وعليه أن يحرك حنينه واشتياقه إلى جماليات

هذه القواعد، فينظر إليها كاللوحة المذهلة الألوان، يحبها ويتقرب منها، ففيها يكمن لغز المذيع الفذ، والذي سنتحدث عنه لاحقاً.

أن القواعد التي ضمتها العربية وجعلت منها لغة متميزة متفردة ليست حكراً أبداً على مذيع الأخبار، فمقدم البرامج يفصح ما يستطيع من اللغة، بل ويلفظ أجزاءً كبيرة من جملة، إذا تحدث عامياً، فصيحة، وبما أنها ذات اللغة، فليس هذا معناه أن يقلب الفاعل مفعولاً والمنصوب مجروراً ويرفع الخبر على أنه مبتدأ وهكذا.

كما أن اللغات الأخرى، ومهما تعددت فإن لها قواعد أساسية وواضحة، يجدها المتدرب في الكتب الخاصة بقواعد هذه اللغات، والتي لا بد له من أي يعيد قراءتها وتعلمها والتمكن منها.

وقبل أن نبحث في القواعد العامة للغة العربية علينا أن نعود ونؤكد أهمية المرجعة الشاملة للقواعد الأساسية لهذه اللغة في كل الوسائل الممكنة واعتبارها البنية التحتية التأسيسية لهذا العمل، بغض النظر أبداً عن رغبات التخصص فيما بعد.

المذيع و القواعد العامة للغة

تعتبر القواعد العامة للغة العربية هي الدرس الثاني للمذيع التلفزيوني والاذاعي وهي الأحكام التي تضبط قراءتها وكتابتها في النحو والصرف والبلاغة والكتابة.

ويستفيد المذيع بشكل خاص والعاملون في المجال الإعلامي بشكل عام من القواعد التي يجري عليها الكلام العربية في النظامين الجملي والإعرابي إضافة إلى نظام أبنية الكلم منه، وهي الأنظمة التي ترسخ معرفة المذيع ليصبح قادراً على تأليف الجمل بأسلوب صحيح نقي، وصياغة الكلم صياغة صرفية صحيحة.

ويشير مجمع اللغة العربية الأردني، مؤسسة التأليف للعديد من المناهج التي اختصت في مبحث قواعد اللغة والتي قام بتأليفها نخبة مميزة من الباحثين والمختصين، إلى

أمثلة تناولت التعريف بالأنظمة سالفة الذكر والتي توضح للمتدرب كيفية تمييزها ومعرفتها:

فمن قواعد نظام الجملة أن أسماء الاستفهام في العربية لها الصدارة، فإذا أردنا أن نؤلف جملة أسمية يكون فيها الخبر اسم استفهام وجب أن نقدمه على المبدأ فنقول، مثلاً: كيف أنت؟ متى الاجتماع؟ إن معرفة هذه القاعدة تفيدنا في تأليف الجملة تأليفاً صحيحاً، فإذا سمعنا أحداً يقول: أنت كيف؟ الاجتماع متى؟ أدركنا أنه أخطأ؛ لأنه خالق هذه القاعدة من قواعد نظام الجملة.

ومن قواعد نظام الأعراب أن المثنى علامة رفعه الألف وعلامة نصبه وجره الياء، فإذا وجدنا أحداً يقول: رزق الرجل بولدان، فجاء بالمثنى مرفوعاً، وجعله بالألف، أدركنا أنه وقع في خطأ أعرابي وأنه كان ينبغي أن يقول: رزق الرجل بولدين، وفقاً لهذه القاعدة من قواعد الإعراب.

ومن قواعد الصرف أن اسم الآلة في العربية يأتي على ثلاثة أبنية (أوزان) أحدهما وزن مفعال (بكسر الميم)، وإذن تجري صيغ الكلم الدالة على الفعل وآلته وفقاً لهذا الوزن، فنقول: منظار، منشار، مفتاح... فإذا قال الناس: مُفتاح (بضم الميم) أدركنا أنه وقع في خطأ صرفي، وفقاً لهذه القاعدة.

وحتى يوظف المذيع التلفزيون، وهو الأكثر حاجة للقواعد واللغة، معرفته في الوجوه التي تستعمل فيها اللغة، عليه أن يدرك أن القصد في تعلم القواعد هو تقويم اللسان عند الكلام ليكون ما يقال وما يقرأ جارياً على مثال العربية الفصيحة، فتأتي قراءته مستقيمة حسب هذه القواعد، وأن لا ينظر إليها كمادة تقريرية تلقينية يشعر معها بالانفصام بين المعرفة النظرية بالقواعد والقدرة التلقائية على تطبيقها، والذي يسبب علّة للمذيع وهاجساً بالخوف والتردد والوقوع بالكثير من الأخطاء.

وفي المدخل العام لقواعد اللغة العربية يستذكر المذيع قواعدها الأساسية وهي:

أقسام الكلمة: الاسم والفعل والحرف.

- الاسم مذكر أو مؤنث:

1. الاسم مفرد أو مثنى أو جمع، والمفرد ما دل على واحد والمثنى ما دل على اثنين، والجمع ما دل على أكثر من اثنين.

2. الاسم إما معرفة أو نكرة، والمعرفة إمام معرفة بال أو علم أو اسم إشارة أو ضمير أو اسم موصول أو مضاف إلى واحد مما تقدم.

3. الأعراب تغير حركة آخر الكلمة وفقاً لموقعها في الجملة واختلاف ما يدخل عليها من عوامل الرفع (كالفعل) والنصب (كان وأخواتها) والجر كالإضافة وحروف الجر، والبناء لزوم آخر الكلمة حركة واحدة على اختلاف مواقعها في الجملة، واختلاف العوامل الداخلة عليها.

- أقسام الفعل: الماضي والمضارع والأمر.

1. الفعل المعتل ما كان أحد حروفه الأصول حرف عله؛ الفاً أو واواً او ياءً.

2. الفعل الصحيح ما لم يكن أحد حروفه الأصول حرف عله.

3. الفعل اللازم هو الذي يكتفي بفاعله، والفعل المعتدي هو الذي لا يكتفي بفاعله ويحتاج إلى مفعول به.

4. الفعل الماضي وفعل الأمر مبنيان والفعل المضارع معرب.

5. نعرف أصل الألف في الفعل الثلاثي الأجوف. والناقص بأن نأتي بمضارعه أو مصدره.

- الحرف ما ليس باسم أو فعل ويدل على معنى مع غيره من الأسماء والأفعال في الجملة وهي حروف الجر: إلى، من، عن، الفاء، ثم، الباء، على. وحرفا الاستفهام: الهمزة وهل.

ومن الحروف التي يستدل المذيع عليها والتي تقوم بنصب الفعل المضارع هي: أن، لن، إذن، كي، لام التعليل، حتى أما حروف جزمه فهي: (لم، لا الناهية، لام الأمر، لما).

كما عليه أن يتعرف على الجملة الاسمية: المبتدأ والخبر، حيث يأتي المبتدأ (اسماً صريحاً وضميراً واسم إشارة واسما موصولاً) أما أنواع الخبر فهي الخبر المفرد والخبر جملة، كأن نقول العلم نور، أو نقول: العلم فوائده جمة.

ومن القواعد العامة التي تقع فيها بعض الأخطاء في العمل الإذاعي هي حركة التاء في آخر الكلمة وقواعدها هي:

- تكون تاء ضمير المتكلم مضمومة: (رجعتُ لنفسي فاتهمت حصاتي).

- تكون تاء ضمير المخاطب مفتوحة: (عدلتَ فأمنت فنمتَ).

- تكون تاء ضمير المخاطبة مكسورة: (أرضعتِ وسهرتِ وربيّتِ).

وهناك مجموعة خاصة من القواعد الهامة للفعل المضارع المعتل الآخر وهي:

1. يرفع بضمة مقدرة على آخره (إنك لا تجني..، ليته توخى الدقة، نرجو لكم الخير).
2. وينصب ما كان آخره الف بفتحة مقدرة عليها (ما أحسن أن يتصافى الناس) (حتى ترى).
3. وينصب ما كان آخره ياء أو واواً بفتحة ظاهرة عليها: (حتى تبتليه) (كي يعلو) (أن يحاكي) (أن تحدُوَ).
4. ويجزم بحذف حرف العلة من آخره: (ولا تنسَ) (فلا تدعُ) (لما يأتِ).

وعلى المذيع أن ينتبه جيداً إلى القواعد الخاصة بالأفعال الخمسة وهي أفعال مضارعة أسندت إلى: واو جماعة الغائبين (يصطفون)، واو جماعة المخاطبين (تستحقون)، ألف الاثنين (لا يقبلان)، ألف الاثنتين (تلتقيان) وياء المخاطبة: (كيف تنفقين) وقواعدها هي:

1. علامة رفعها ثبوت النون في آخرها:

   الطلاب يتنافسون، الشريكان يتحاوران.

2. وعلامة نصبها حذف النون من آخرها:

(يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا) الحجرات 13.

3. وعلامة جزمها حذف النون من آخرها: لا تندفعوا، إن تسألوا تعرفوا.

ويمكن للمذيع أن يتعرف على المثنى وهو الاسم الذي يدل على اثنين أو اثنتين من جنس واحد بزيادة ألف ونون أو ياء ونون آخر المفرد (للنسر جناحان قويان)، إما إعرابه:

1. يأتي مرفوعاً، وعلامة رفعه الألف: الدهر يومان.
2. يأتي منصوباً، وعلامة نصبة الياء: اشتريت كتابين.
3. ويأتي مجروراً، وعلامة جره الياء: ذو الوجهين خائن وتحذف النون منه إذا جاء مضافاً: المرء بأصغريه.

أما جمع المذكر السالم فهو اسم يدل على أكثر من اثنين مذكرين عاقلين، ويسلم مفرده من أي تغيير عند جمعه نحو: المعلمون يحترمون مهنتهم.

فما الذي يجمع جمع مذكر سالماً..؟

- العلم، مثل: فنقول زيدون ويشترط فيه أن يكون مذكراً عاقلاً خالياً من التاء.

- الصفة، مثل: مخلص، فنقول مخلصون ويشترط فيها أن تكون لمذكر عاقل وخالية من التاء ويرفع جمع المذكر السالم بالواو نحو: الرفاؤون بارعون في إصلاح الثياب. وينصب بالياء نحو: إن الله يحب الصادقين، ويجر بالياء نحو: (كن من الداعين) وتحذف نون جمع المذكر السالم عند الإضافة نحو: هؤلاء صادقو الوعد، ويلحق بجمع المذكر السالم ألفاظ ليست من جمع المذكر السالم ولكنها جاءت على صورته، وفقدت شرطاً أساسياً من شروطه، وتعرب إعرابه مثل: بنون، أهلون، سنون، عالمون، وألفاظ العقود، عشرون وأخواتها، نحو (علمتنا السنون).

أما جمع المؤنث السالم فما دل على أكثر من اثنين بزيادة ألف وتاء على مفرده (الذكريات صدى السنين) فإذا وقع مرفوعاً فعلامة رفعه الضمة (النساءُ العاملاتُ) وإذا

وقع مجروراً أو منصوباً فعلامة جره ونصبه الكسرة (يستبدل كثير من الناس بالبرقيات والاتصالات الهاتفية).

ويلحق بجمع المؤنث السالم في إعرابه كلمة "اولات" كما في قوله تعالى" (**وَأُوْلَاتُ الْأَحْمَالِ أَجَلُهُنَّ أَن يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ**) الطلاق 4.

ولا بد أيضاً من أن يتعرف المذيع على الأسماء الخمسة ويراجع معلوماته بها وهي: "أبُ، أخُ، حمُ (وهو أبو الزوج)، فو (وهو الفمُ)، ذو (بمعنى صاحب). وقواعدها هي:

1. ترفع الأسماء الخمسة بالواو: لا تضع الطعام وفوك مفتوح.
2. وتنصب بالألف: إن أباكم قد علمكم.
3. وتجر بالياء: كل فتاة بأبيها معجبة. ويشترط في إعرابها أن تكون مضافة وإن لا تكون إضافتها إلى المتكلم.

إذا وقعت الأسماء (أب، أخ، حم) مفردة غير مضافة أعربت بالحركات، بتنوين الضم رفعاً (ربٌ مولود وليس له أبٌ)، وتنوين الفتح نصباً (اجعل الناس: أباً وأخاً وابناً)، وتنوين الكسر جراً (أخٌ كريم وابن أخٍ كريم)، أما (ذو) و(فو) فلا يقعان إلا مضاقين. أما إذا وقعت الأسماء الخمسة مفردة مضافة إلى ياء المتكلم أعربت بحركات مقدرة على ما قبل الياء (أنت أخي، أنافسُ أخي).

وحتى تكتمل المعرفة بالجمل وتركيبها لابد من أن نتطرق إلى المبتدأ والخبر وهما اسمان تتألف منهما جملة مفيدة (بلادي عزيزة)، والمبتدأ هو الشيء المخبر عنه أو المستند إليه، أما الخبر فهو الشيء الخبر به أو ما أسند إلى المبتدأ، وبه مع المبتدأ تتم فائدة الجملة، ويأتي المبتدأ على ثلاث صور:

- اسم ظاهر (العلمُ نورُ).
- ضمير منفصل (هو خالق كل شيء).
- مصدر مؤول (أن تصدق خير لك).

ويأتي الخبر على خمس صور هي:

- مفرداً (اسماً ظاهراً) وليس جملة (المسجد الأقصى ثالث الحرمين).

- جملة فعلية (اللـه يبسط الرزق لمن يشاء).

- جملة اسمية (الوالدان برّهما واجب).

- شبه جملة (جاراً ومجاوراً): نحو (الحب في القلب).

- شبه جملة (ظرفاً): (الجنة تحت أقدام الأمهات).

ويأتي المبتدأ في صورة الاسم الظاهر مرفوع (المؤمنات أخوة) وهو في محل رفع إذا كان ضميراً (هـو ربي)، أو كان مصدراً مؤولاً (أن ترد الماء بماء أكيس)، وكذلك يأتي الخبر في صورة المفرد مرفوع (محمدٌ رسول اللـه) وهـو في محـل رفـع في الـصور الأخـرى جميعهـا (اللــه يعلـم كـل شيء) (العلـم في الـصدور لا في السطور).

ومن الأخطاء الشائعة التي غالباً ما يقع المحررون والمذيعون فيها، تلك الناشئة في كان وأخواتها، أو عدم تمييزها حقاً وهي: (كان، أصبح، أضحى، ظل، صار، أمسى، بـات، مـا زال، مـا أنفـك، مـا بـرح، مـا دام، ليس) حيث تدخل كان وأخواتها على الجملة الاسمية فتفيدها معنى إضـافياً ف(كـان) تفيـد وقـوع نـسبة الخبر إلى المبتدأ في الماضي (كان العالم الإسلامي متفوقاً على الغرب)، و(أصـبح، أضـحى، صـار، أمـسى، بـات) تفيد حصول هذه النسبة بين المبتدأ والخبر (صار الاكتفاء الذاتي مطلباً عزيزاً)، و(ظل، ما زال، ما أنفـك، مـا برح) تفيد استمرار هذه النسبة بينهما (ما زالت السيارة أشيع وسائل المواصلات)، وتفيد (ليس) نفي نسبة الخبر إلى الخبر المبتدأ (ليس اليأس حلاً). وكما نعلـم، تـدخل كـان وأخواتهـا عـلى الجملـة الاسـمية فتبقـي المبتدأ مرفوعاً ويسمى اسمها وتنصب الخبر ويسمى خبرها).

ولا بد من الإشارة هنا إلى أنه في بعض الجمل والأخبار تتقـدم خـبر كـان وأخواتهـا على اسمها إذا كان الخبر شبه جملة والاسم نكرة، وينبغي عند ذلك التنبـه إلى إن الاسـم

يأتي متأخراً وأن حقه الرفع، فنظنه الخبر وننصبه (أصبح في عمان متحفاً للفنون) والصواب (أصبح في عمان متحفٌ للفنون).

وحتى تكتمل فائدة معرفة القواعد، علينا أن نستذكر أخوات (إن) وهي أن (بفتح الهمـزة) ولكـن وليت ولعل وكأنّ، وهي أحرف تدخل على الجملة الاسمية فتنصب المبتـدأ ويـسمى اسـمها ويبقـى الخـبر مرفوعاً خبراً لها.

ويستفاد ب(إن) و(أن) لتوكيد نـسبة الخـبر إلى المبتـدأ (إن وعـد اللــه حـق، ويـستفاد ب(لكـن) الاستدراك (أرضنا معطاء لكنها محتاجة إلى عناية) و(لعل) الترجي أو التوقع (لعل اللـه يرحمنـا) و(ليـت) في الأصل، التمني، وهو رجاء الأماني البعيدة أو المستحيلة (ليت وعد بلفـور لم يـصدر) ويـستفاد منهـا الآن للتلطف في الطلب والرجاء (ليتك تنظم برنامجك اليومي) ويـستفاد ب(كـأن) التـشبيه (كـأن بيـت الفـلاح حديقةٌ) ويتقدم الخبر على الاسم في جملة أن وأخواتها في حال واحدة وهي أن يكون الخبر شبه جملة (إن لنفسك عليك حقاً) أما غير ذلك فنسق الجملة ثابت: إن أو أحد أخواتها يليها الاسم يليه الخبر.

وتعالوا لنلقي نظرة سريعة على النعت الذي يـأتي تابعـاً يوضـح متبوعـه إذا كـان معرفـة (أدع إلى سبيل ربك بالحكمةِ والموعظةِ الحسنة) ويطابق منعوته في إعرابه (فصبرٌ جميـلُ)، (شـكراً جـزيلاً) وتـذكيره (التلميذُ النجيبُ يحسن الفهم) وتأنيثه (عامل الناس معاملةٌ حسنةٌ) وإفراده وتثنيته (الـزميلان المعـاصران في الأردن) وتعريفه (انتهت الحرب الباردة بين الدولتين العظيمتين) وتنكيره (تحية طيبة) وقد يقع النعـت تابعاً للمضاف إليه من عبارة الإضافة (استعمل قلم الحبر الجاف). ولكن النعـت قـد يقـع تابعـاً للمـضاف (هل رأيت جواز السفر الجديد).

كما نستذكر العطـف الـذي قـد يـأتي لـربط أجـزاء الكـلام بعـضها بـبعض (علمـوا أولادكم الـسباحة وركـوب الخيـل) وقـد يـأتي لـربط جمـل التركيـب، نحـو (اللــه الـذي يرسل الرياح فتثيرُ سحاباً فيبسطه في السماء)- الروح 48 (الأهل أهـلي والـديار ديـاري). وأحرف العطف هي: (الواو، تفيد الجمع)، (الفاء، تفيد الترتيب، والتعقيـب)، (ثـم، تفيـد

الترتيب مع المهلة)، (أو، وتفيد الشك والتخيير)، (بل، وتفيد الأحزاب)، (أم، ويطلب منها التعين)، (لا، وتفيد نفي الحكم عما بعدها وإثباته لما قبلها)، (حتى، تفيد التميز والغاية)، والمعطوف المعطوف هو الذي يلي حرف العطف، ويتبع المعطوف عليه في إعرابه.

أما عن التوكيد فهو تابع يكرر متبوعه لفظاً (شكراً شكراً) أو معنى (تولى عمر نفسه تسلم القدس) ويأتي التوكيد نوعان:

- لفظي، ويكون بتكرير اللفظ المراد توكيده، اسماً (عفواً عفواً) أو حرفاً (لا لا) أو جملة فعلية (أحسنت أحسنت)، أو جملة اسمية (فإن مع العسر يسراً، إن مع السعر يسرا) الشرح 605.

- ومعنوي، ويكون بكلمات: نفس، عين، كان (أريد هذا الدواء نفسه، عينه، كله) ويتبع التوكيد المؤكد في إعرابه ويتصل بالتوكيد المعنوي ضميرٌ يربطها بالمؤكد ويطابقه في التذكير والتأنيث والإفراد والتثنية والجمع. والبدل تابع للبدل منه في إعرابه ومعناه وهو على نوعين: المطابق وهو ما كان البدل فيه هو المبدل منه نفسه (جملة أو تفصيلاً) نحو: أملى أبو علي القالي كتابه الأماني في جامع الزهراء.

التدريب اللغوي بحاجة إلى مراجعة لغوية دائمة على القواعد العامة للغة، وفي فترة زمنية وجيزة يستطيع المذيع المتمكن السيطرة على قراءة النصوص المختلفة دون وضع علامات التشكيل عليها حيث تلعب المعرفة والخبرة دورا أساسيا في صفاء ذهن المذيع ودفعه بهدوء ليصبح متمكناً بالفطرة من واحدة من أهم أدواته على الإطلاق.

مهارات مقدم البرامج الحوارية الناجح

الكثير من المنشغلين في سلك التقديم ألبرامجي يتطلعون إلى معرفة المواصفات المثالية للمقدم الناجح والتي ينعكس نجاحه على نجاح البرنامج الذي يقدمه.

في مجال التقديم البرامج الحوارية تختلف أنواع البرامج الحوارية من برامج حوارية مع شخصين او شخص ومقدم او بين عدة أشخاص وعدة حضور (كندوة) وغيرها

هناك أمور وصفات ينبغي أن يراعيها مقدم الحوار one by one قد تختلف قليلاً بين الحوار مع اثنين one by two .

منها ما يخص شخصية المحاور ومنها ما يخص الحوار وإدارته ومنها ما يكون إعداد قبل دخول قاعة الحوار او استديو الحوار:

الأول : مهارات قبل دخول الأستوديو الحواري

1. وهنا يشترك فيها جميع أنواع البرامج الحوارية سواء بين شخصين او ثلاثة او ندوة.

لا بد لمقدم البرنامج الناجح أن يكون عضوا فاعلاً في إعداد الحلقة وإعداد محاورها والتعرف على الضيف وخلفيات الموضوع الذي سيتم الحوار حوله , وان لا يكون مجرد ببغاء ينقل ما يقدم إليه فقط , وهذا يعكس مدى تحكم المقدم بحلقته الحوارية وقوتها وإدارتها وأسلبه في الطرح.

2. المعرفة الكبيرة بفكرة الحوار التي ستدور بينه وبين ضيفة

ويكون ذلك بإطلاع المقدم على مادة الحوار ومعرفة الكثير عنها كقضية سياسية او اجتماعية او ثقافية ليتكون لدى المقدم ثقافة حول الموضوع الذي سيتم الحوار والنقاش عليه وبالتالي تتسع دائرة النقاش لتمس قضايا موضوعية تهم المشاهد ويتطلع إليها ويرغب بسماع الرد عليها .

3. التعرف التام على الشخصية المتواجدة في الأستوديو

وذلك بالقرأه عن سيرته وحياته وإنجازاته ومأثرة وتصريحاته والمرور قدر الإمكان على بعض كتاباته المثيرة للجدل والتي تتعلق بصميم المقابلة او المحاورة , وهذا بدورة يزيد من ثقة المقدم للحوار في طرح أسئلة في الصميم وتقمص

شخصية الرجل الحازم في الطرح الشبيه " بالمحقق اللطيف" والـذي يعـرف عـن الـضيف الكثـير وعن الحدث موضوع الحلقة.

4. تنظيم الوقت بشكل دقيق بتقسيم الحلقة إلى محـاور وكـل محـور لـه وقتـه الخـاص بـه فيـتم تحديد وقت الحلقة بدقة , وبالتـالي ينبغـي للمحـاور أن يعـرف مـا هـي القـضايا الهامـة التـي سيحاور فيها الضيف ويريد أن يعرفها منه , وبالتـالي لا بـد مـن تقـسم الوقـت عـلى محـاور او أسئلة محورية أساسية ترد على تساءل الناس حول قضية معينه او حدث معين- تقـسيم الوقـت بدقة بين الضيوف إذا كانت الحلقة متعددة الضيوف او ندوة.

5. قد يحتاج المقدم لدراسة نوعية السؤال الحاسم والرئيسي هل يكـون في البدايـة أم في الوسـط أم في النهاية حسب الرغبة مع المراعاة الدقيقة للتفاعل الكامـل في الحـوار حيـث أن المـشاهد مـن أول نظرة للحوار يعرف هل هو ذا جـدوى ومفيـد أم سـيكون حـوارا بـاردا بعيـدا عـن النقـاش الفاعل والذي يتوَسم فيه المشاهد عدم الرد عـلى تـساؤلات تجـول في خـاطره , وبالتـالي ترتيـب النقاط والمحاور في الحلقة ومعرفة الأسئلة القوية في الحوار هام للغاية ويقال أن السؤال القـوي هو بمثابة " هدف كروي رائع وممتع " يستمتع بـه الجمهـور وينتـشي بـه مقـدم البرنـامج , ولا يكون الهدف رائعا إلا إذا تعرف المقدم أيـن يـضع الـسؤال ومتـى وفي أي وقـت وطريقـة وضـع السؤال.

6. على مقدم البرامج الحوارية أن يبتعد تماما عن إظهار انتماءاته مهما كانـت في إدارة الحـوار , ولا ينبغي أن تكون أسألته تنُم عن كره او بغض للضيف - فالمـشاهد يـدرك ذلـك بـسهولة ويـسر - ويرسم انطباع سيء عن المقدم للحوار فربما يصنفه في خانة المهملين عن المشاهدة لما يعرف مـن انحيازه إلى فكره وميلوه الشخصي فيفقد المقدم أهم أسباب النجاح.

7. المقدم الناجح هو الذي يستنبط من الحوار الأسئلة المحورية القوية ويلتقطها من ثنايا الضيف لتكون هدفا رائعا يستمتع به المشاهد ويشبع رغباته في المعرفة للقضية الحوارية , وأما المقدم الذي تقدم له الأسئلة جاهزة ومعلبة وما عليه هو إلا أن يرفع صوته بها فهذا حواره سيكون باردا خاليا من المتعة والحيوية الحقيقية التي تشد المشاهد ويتفاعل معها.

8. بناء جسر من التواصل والمحبة والتفاهم العميق من المقدم مع من يقف خلف الكواليس في الاستديو لأن ذلك يؤثر على المقدم تماما وعلى نفسيته قبل دخول الأستوديو حيث تكون شخصيته محبطه او متوترة لينعكس ذلك على أدائه في الحوار قوتا وضعفا وطرحا , فبناء جسر من المحبة والتواد مع القائمين على البرنامج يوحي بروح التكاتف للفريق المنتج والمخرج للحلقة ويذهب التوتر الذي يؤثر على أداء المقدم.

9. دخول الأستوديو وإبداء الترحيب بالضيف ولا باس من الجلوس معه ومعرفة بعض ما يحب أن يُسمى به او ينادى به من ألقاب , وإحاطة الحوار بشيء حميمي من المودة مع الضيف , لأن الشخصية التي تحاورها هي " ضيف " في النهاية لا بد أن يخرج بانطباع طيب عنك وعن البرنامج وعن القناة حتى لا تفقده في النهاية.

الثاني :مهارات إدارة الحوار

1. أنيقاً في مظهرك فإن الشكل يوحي عن جزء من مكونات الروح ويوجد الهيبة في نفس الآخرين ويفرض الإحترام.
2. حاول ان يكون لذيك قاعدة معلوماتية كبيرة عن القضية التي تبحث في تفاصيلها .
3. لا تجعل من نفسك محققاً شرطياً , ولا شخصاً ساذجاً من السهل إقتياده.
4. تذكر ان تعلم من تحاوره بأجهزة التسجيل التي تحملها كي تعمل وانت بحالة من الإستقرار النفسي حتى لاتقع في موقف محرج لا يحمد عقباه.

5. إذا استطعت ان تضيف فاصلا فكاهيا أثناء الحديث كي يقطع الملل ويكسر الجليد فإن ذلك جيد.
6. تذكر أنك تريد الحصول على أكبر قدر من المعلومات وليس لقضاء وقتك مع شخصية مهمة في حوارات إجتماعية.
7. دون كل مايقال لأن التفاصيل لربما ترشدك إلى موضوعات جديدة تعطيك الفرصة لفتح ملفات صحفية جديدة.
8. الخجل لا يصلح لإنسان يريد أن يكون صحفياً , كما الضحكات الغير مبررة فهي تعطي إنطباعات سلبية , فكلما حاولت ان يكون لديك شيئاً من الرسمية والجدية فذلك سيكون أفضل.
9. حاول توثيق اي سند بشكل رسمي تحصل عليه حتى لاتقع في متاهات النكران او التزوير من الأشخاص الذين تحصل على تلك المستندات منهم فربما يعطيك احدهم معلومة ثم ينكرها بعد لحظات.
10. حاول ان تتحدث باللغة فصحى وتعود نفسك على ذلك لأن كل شئ جيد يعطي إنطباعاً جيداً .
11. لاتصنع الجدل ولا تجاريه فهو يضيع الوقت ويقودك إلى المتاعب دون فائده.
12. لاتترك لشخص ان يقودك حيث يريد فإن الكثيرين من الأشخاص الذين تقابلهم سيحاولون منحك معلومات يريدون أن يوصلوها للإعلام.
13. أرسم خطة جيدى للمقابلة وابدء بالتحضير للموضوع من الناحية النظرية واجمع معلومات عن الشخصية ثم جهز كل ماتريد وانطلق وحاول ان تلتزم بالوقت والمواعيد .
14. أخيرا ,, لا تبدأ شيئاً لاتستطع إنهائه.

المذيع التلفزيوني وحضور الشخصية

إن عمل المذيع التلفزيون يحتاج أولا إلى شخصية قوية ذكية، يكفي ظهورها في مكان ما لتلفت الانتباه وتشد الإيقاع العام ويدرك الجميع أن الموضوع في غاية الأهمية.

إن هذا الحضور الملفت للانتباه لشخصية التي يثق النا جميعاً ما لم يراها النا على هذه الشاشة أو يروا تغطية لها أو خبراً يلخصها أو يشرحها، يؤكدها أو ينفيها ومن هو ذا الشخص الذي يقوم بهذه المسألة الحساسة أو البالغة الحساسية، وكيف يظهر وماذا يقول؟ وكيف يؤدي مهمته!

كيف تغطي خطاباً أو مؤتمراً صحفياً أو جلسة استماع:

إن الخطب والمؤتمرات هي الأخبار المرئية المخططة، وهي غذاء رئيسي للمذيع، ولرجال الصحافة، وبقليل من التغيرات على موادها، تتحرر من جوانبها الروتينية، وتركز على تقييم المعلومات وتشكيل الخبر، ويمكن الحصول على المعلومات مسبقاً وعليك أن تقوم بما يلي:

1. الوصول قبل بداية المناسبة بوقت كاف.
2. التركيز أثناء القراءة على الجديد والمهم والقيمة داخل الخطاب أو شهادة المؤتمرين وإعادة قراءته.
3. البحث عن النقاط الجوهرية للموضوع ووضع علامة عليها، وتحديد زمنها ذهنياً للصوت.

وتأكد مما يلي:

أثناء الخطاب أعط إشارة لمصورك لتسجيل هذه الفقرات بالصوت والصورة، واستمراره بعدها بجملة أو جملتين.

أثناء الخطاب انتبه جيداً لخروج المتحدث عن نص الخطاب، أعط إشارة للمصور بتسجيل ذلك فقد يكون أهم من كثير من الفقرات المكتوبة أمامك، وسجل ملاحظاتك.

إذا أنهى المتحدث خطابه قبل انتهاء النص المطبوع أو إذا اختصر إلقاءه. وكان هناك فقرات لم تسجل أشر إليها في تعليقك أو حاول الحصول عليها بشكل مختلف من خلال توجيه أسئلة إلى المتحدث.

4. الاستماع إلى الخطاب حتى نهايته دون ملل وتسجيلات الملاحظات، وتأجيل الأسئلة حتى النهاية.
5. التفكير في مجموعة أسئلة (أو تسجيلها) فيها القوة والإثارة وأن لا تكون إجابات الأسئلة من نوعية/ نعم ولا/ (لماذا... كيف تعلل... كيف تفسر....؟! أو استخدام أسلوب ((دفاع الشيطان)) بعرض رأي الخصوم والمنافسين.
6. التأكيد على المصور أن يلتقط ردة فعل الضيف حين طرح السؤال عليه.
7. إذا استطاع المذيع أخذ دقائق من وقت الضيف بعد الخطاب أو المؤتمر، وأراد الحفاظ على مادة سؤال يخشى أن تسجل لحساب منافسيه فليفعل.
8. إذا احتاج موضوع المؤتمر الصحفي أو الخطاب أو الجلسة مشهد طبيعي فيجب إنجاز ذلك.
9. تسجيل مقدمة الخبر، ويفضل في موقع الحدث.

كيف تغطي مسيرة أو مظاهرة أو تجمع جماهيري:

تعتبر المسيرات والمظاهرات والتجمعات الجماهيرية مادة مغرية في العمل الإخباري التلفزيوني، فهي مادة درامية مسلية يحبها المشاهد ويعشقها المذيع، وتعتبر المظاهرات المنظمة كالمؤتمر الصحفي، مادة معدة مسبقاً تطلب اهتمام وسائل الإعلام.

وعلى المذيع التلفزيون أن يدرك بأن هذه المسيرات والمظاهرات لها أهداف يمكن أن تشرح وتعرض على نحو أفضل في قاعات هادئة ومريحة، إلا أن منظميها يبحثون عن إثارة أكبر ويعملون أن مظاهرتهم تعد مادة دسمة للمؤسسات التلفزيونية والمحطات.

وعليه أن يدرك أيضا بأنه إذا تنافرت الأصوات في المظاهرة أو تعاكست الشعارات، تفقد هذه المادة فاعليتها في إثارة الرأي العام أو تحديد الاستجابة الرسمية، وتصبح بالنسبة للمشاهد مجرد عرض إخباري يتابعه بشغف أحياناً، ولا يعيره اهتماماً في أحيان كثيرة، وينساه على كل الأحوال.

وبشكل عام نستطيع القول أن تغطية المظاهرات يعتبر عبئاً ثقيلاً، والسبب صعوبة المحافظة على الخط الفاصل للمذيع الذي يفصل بين دفع الناس إلى المزيد من الإثارة أو كبت جماحهم والمحاولة لحل المشكلة وقضاياهم، وعلى كل الأحوال على المذيع أن يعلم أن هناك طريقان لمهمة تغطية مظاهرة وهما:

أ. النظر إلى الموضوع بعمق لتجاوز حدود اللحظة ويؤدي إلى التحقيق في القضايا المثارة.

ب. النظر إلى المظاهرة على أنها عرض مسرحي في الطريق، ينتهي دون هدف بانتهاء لحظته.

وعلى كل الأحوال على المذيع أن يعرف ما يلي:

1. أهداف منظمي المظاهرة، وتقدير جدية قصدهم وسلامته.
2. معرفة الخيارات الممكنة لتحقيق الأهداف وطرحها إذا تبين صحتها وسلامتها.
3. معرفة عدد المشتركين الفعلين في المظاهرة فالشرطة لديها أرقام والمنظمين لديهم أرقام.
4. أن لا تتحول المعلومات بين يدي المذيع إلى مؤامرة لخلق الدراما، بل أن تصبح انعكاساً للحقائق الواعية والهادفة.

5. أن لا يسمح المذيع للمهندسين أو الراغبين بالظهور من الإدلاء بدلوهم في الموضوع، فلكل مظاهرة أو مسيرة شخص ينوب للتحدث أو منظم لديه ما يقوله.
6. أن يتخذ المذيع قرارة بكيفية إنجاز التغطية بالصورة، وأن يدرس المكان جيداً، وأن يأخذ لقطات شاملة وعامة أيضاً.
7. أن لا يسمح المذيع إلى مثيري الشغب والفتنة أن يرسموا معالم الخبر، فهناك شكل واع وهادئ دائماً، يعبر عن رأي الأغلبية المسالمة.
8. أن لا يتردد المذيع في الإيضاح والتعليل وبيان الحقائق كلما ذلك ممكناً.

المذيع وكيفة اتقان إجراء المقابلة للتلفزيون:

قالت كارولين ديانا لويس "إن المأساة هي مادة الحياة والفن، لأنها تشحذ يقظتنا إزاء الطبيعة الغامضة غير المعقولة للعالم الذي يحيط بنا، وهي في الوقت نفسه تجبرنا على أن نكون شاكرين ممتنين لحياتنا السلسة، التي لم يقع فيها ما يكدرها".

وقالت لويس هذا القول حين عادت إلى تقليد الصحافة العريق في النظر إلى المأساة كمادة إجبارية، فللمذيع التلفزيوني، وللمشاهد المستريح في بيته كلها أخبار لأن المصيبة ألمت بشخص غيره، غير أن المقابلة التلفزيونية على نوعين:

1. الإخبارية: وهذه تحدثنا عنها مسبقاً.
2. الخاصة: وهي التي نراها في البرامج أو مع المسؤولين أو المواطنين أو الشخصيات والمبدعين والمخترعين أو من تلم بهم المصائب والكوارث أو من يلزم.

- مرحلة الاستعداد للمقابلة:

1. الاتصال التلفوني وتحديد موعد.
2. جمع أكبر كم من المعلومات عن الضيف وعن الموضوع.
3. قراءة الصحف جيداً للإلمام بالمواضيع العامة المطروحة لأي حديث.

4. إذا كان اللقاء من النوع البرامجي والعادي يمكن الجلوس إلى الضيف قبل التسجيل وإجراء حوار معه ومحاولة الغوص في أعماقه واكتشافه.

5. الاستعداد بالأجهزة والمعدات وطاقم التصوير قبل ساعة من الموعد على الأقل، وفحص جاهزيتها.

- مواصفات وأخلاقيات لمن يجري المقابلة:

1. أن يؤدي المذيع مهمته بلياقة ورقة عالية فإذا كانت مأساة أن لا يسأل (ما هو شعورك).

2. استخدام لغة التودد (هل تريد، هل في نيتك الإفصاح، هل لديك رغبة..!!).

3. عدم النظر إلى الطرف الآخر على أنه مجرد شيء أو مادة مجردة من الآدمية، وأن لا يتجرد المذيع من التعاطف والشفقة. ((فإن في العالم ما يكفي من القسوة، ولا يتسع لقسوة أخرى من المندوبين)).

4. أن يراعي المندوب شعور الآخرين، والحرص عليهم إنسانياً ووجدانياً، وأن لا يكون السعي إلى الخبر المثير، هو الهم الأول والأخير، فهو مندوب الجمهور في ساحة الكارثة.

5. أن يراعي المذيع خجل الآخرين، وخوفهم، وعدم اعتيادهم في الوقوف أمام الكاميرات وأخطائهم، وإذا كان على الهواء أن يصلح بهدوء ما يفسدوه دون عنجهية وكبرياء.

فإذا كنت مستعداً ولديك أخلاقيات عليا لإجراء مقابلة تلفزيونية، فالتزم بما يلي:

1. اجعل ضيفك مستريحاً (أنه مصدر معلوماتك) وابدأ معه بالأسئلة السهلة، أو دردش معه قبل المقابلة.

2. لا تحصر نفسك بمقابلة مبرمجة، سؤال وجواب وانتهى، عليك أن تحسن الاستماع وتستنبط أسئلة جديدة من إجابات ضيفك، ذكية وملحة.

3. تذكر أنك المندوب وأن الطرف الآخر هو هدف المقابلة، وأن الجمهور لا يهتم برأيك فهو يريد أن يسمع للضيف، ودع محدثك ينهي جملته.
4. حاول أن تكون أسئلتك مختصرة، ولا توجه أسئلة مركبة، اسأل سؤالاً واحداً في كل مرة، حتى تحصل على إجابة واحدة.
5. إذا أشار محدثك إلى أمر شخص وتتوقع أن الجمهور يجهله، ألقي بثقلك ((هل تعني بذلك...)) أو ((واعتقد إلى أنك تشير إلى....)).
6. تجنب استخدام إجابة تحتاج إلى إيضاح فيما بعد وادفع بمحدثك أن يشير له في حينه.

مقابلات الهواء... المباشرة:

تتميز المقابلات التلفزيونية التي تبث على الهواء بالحيوية الدافقة والطبيعية والجاذبية والمعالجة الجيدة. ومن أهم ما يجب على المذيع أن ينتبه له:

1. تابع الإجابات ولا تتركها معلقة.
2. ادخر الأسئلة الساخنة للبرنامج على الهواء ولا تطرحها للقاء التمهيدي إذا وجد.
3. مارس تنظيماً عقلياً وسيطرة كبيرة، فقد يحاول أحد الخبراء أن يسيطر على مقابلتك.
4. انتبه إلى الأخطاء العفوية واصلح منها ما تجد فيه طريقة استثمارية للإصلاح.
5. استثمر الوقت، وتعلم كيف تبدأ وكيف تنهي وإذا أحرجك ضيفك بالوقت فأشر عليه بأن لم يتبق سوى ثلاثين ثانية، مثلاً.
6. اسأل سؤالاً بسيطاً وسهلاً في النهاية حتى لا يفوت الوقت.
7. وإذا استطعت أن تنهي المقابلة في رشاقة وتناسق وترتيب، فإن المشاهد بلا شك سيرضى عنها تمام الرضى.

8. إياك والمكارثية: كان جوزيف مكارثي خلال الحرب الباردة في الخمسينات، عضواً جمهورياً عن ولاية ويسكونسن، فعاد حملة ضد الشيوعية واستخدم لجنة مجلس الشيوخ كمطلق لشن حملة ضارية ضد الموظفين والصحفيين والممثلين، ودمر مستقبل الكثيرين، وأستخدم المندوبين أداة لدعم زيفه وخدعه ودون مسائلة.

كيف تتعامل مع المسؤولين:

إن تغطية أخبار الحكومات، تعني القطاع الأكثر شهرة وجاذبية، والذي قد يؤثر في إهمال قطاعات أخرى، ومع أن هناك قطاعات تكتظ بالمندوبين إلا أن بعض جوانب العمل الحكومي المهمة تتم بعيداً عن عيون المندوبين المستطلعة.

يستطيع المندوب غالباً أن يشق لنفسه طريقاً داخل القطاعات الحكومية، الأقل شهرة وحظاً في التغطية الإخبارية ومع ذلك فعلى المذيع أن يبقى ضمن التكليف المطلوب منه تغطية الأخبار الرسمية التقليدية المتاحة.

وبما أن أخبار المسؤولين تذاع باستمرار، لأن المسئول شخصية بارز، والوصول إليه سهل، يمثل الحكومة غالباً، ووسائل الإعلام بحاجة لهذه الأخبار، إذن فالمصلحة متبادلة.

وحتى يصبح المذيع متميزاً دون غيره عليه أن يفكر دائماً في كل ما هو جديد وعام وهذا يحتاج منه أن يكون دائماً محبوباً ومرغوباً لدى المسؤولين والعامة أيضاً، أما جواز مروره الذي يرسخ إعجابهم به، فهو ما يلي:

1. لا تدع المسئول باسمه، مهما تكن الظروف، استخدم اللقب دائماً.
2. لا تتعامل مع المسئول كصديق، وضح ذلك. إنه شخص يأخذ راتبه من أموال دافعي الضرائب.
3. لا تكن ساذجاً في تصديق أن المسئولين يخصونك بالمودة، إما أنك مثل غيرك، أو يريدون أن تصبح مطية في أيديهم.

4. لا تنسى نفسك أبداً، وإلا ستفقد الفارق بين العلاقة الشخصية والعلاقة المهنية، وتضطرب.

5. كن منصفاً وهادئاً وحاسماً، ولا تكن مندفعاً لاذعاً وقحاً وساخراً، فهذا سلوك مدمر للذات والمهنة.

6. السياسي الجيد يقدر المذيع الملتزم أدبياً، ومستواه الذهني وخصوصاً ذلك الذي يقدر واجباته ومسئولياته.

7. حاول قدر استطاعتك أن لا تكون موضع حب شديد أو موضع كره، إنها مباراة، حاول أن تبقي العلاقة في أبعادها الحقيقية.

8. لا تقلل من قدرة المسئول على المداورة والمناورة والإخفاء والخديعة، وأنه يظهر غير ما يبطن.

9. لا تفترض أن كل مسئول يخفي ويكذب، وتقدم منه بلا مداهنة ولا عدوانية.

10. استمع بعناية، ولا تتهم وانتبه جيداً إلى غرض الأخبار المروية.

كيف تغطي أخبار غير الرسميين وتجرى مقابلاتهم:

الاختلاف بين المسئول والشخص العادي يتمثل في أن الأول شخصية عامة، عليه في النهاية إجراء المقابلة، أو التحدث إلى وسائل الإعلام، أما المواطن والعاملين في القطاع الخاص فإن لديهم عادة خصوصية، تجد الكثيرين منهم يحافظون عليها، فعلى المذيع أن ينتبه دائماً إلى خصوصية غير الرسميين فبإمكانهم أن يقاضوه ويلاحقوه... إذا بث مادة لا يريدونه أن يقدم على إذاعتها، لذا على المندوب الذي لديه خبراً، لم يجده لدى أحد، سوى شخص لا يريد الحديث، عليه أن يأخذه برفق ولطف إلى الحديث، ولا ينسحب مجرد أن يسمح كلمة ((لا)) فقليل من المثابرة والصبر، مفيدان.

للتلفزيون قوة هائلة في كشف فردية البشر، والطريقة التي تتفاعل بها القوى الاجتماعية مع الفرد، فإذا كان المندوب أو مقدم البرامج ومذيعها لديه إحساساً ذكياً

متوازناً بسلطان العوامل السياسية والاجتماعية وحدودها في إحداث التغيير، فهو القادر على تبسيط الحقيقة، وسوف يحقق نضجاً ومسئولية عالية المستوى في عمله...

وإحساس الذكاء لدى المذيع هو الذي يقوده لإجراء مقابلات دائمة مع الناس العاديين بنجاح فائق، وبتقدم دائم، فعلى المذيع أن يلاحظ حين يجري لقاءً مع شخصية عادية ما يلي:

1. اجعل هدفك الأول أن يعرف الناس ما يريدون واستخلص هذه المعلومات من ضيفك بهدوء شديد.
2. حاول إقناع ضيفك أن ما يقوله هو خدمة عامة، لذا فعلية أن يتحدث ودون خوف بصراحة ووضوح.
3. لا تلجأ إلى الجعجعة والتخويف، ولا ترغم الناس على الحديث أمام الكاميرا.
4. لا تتعال في حديثك مع الناس ولا تنظر إليهم من أعلى، عليك أن تكون بسيطاً وودوداً ومباشراً.
5. إذا كان اللقاء جماعياً إياك أن تنحاز لطرف دون الآخر، لجنس دون الآخر، كبير قبل الصغير.
6. ميّز دائماً بين المهم المحوري في اللقاء، ولا ترضى بالقشور المبهجة وترك صلب الموضوع.

كيفية تخطيط النشرات والبرامج والأخبار:

إن عمل تخطيط النشرات الإخبارية والبرامج غالباً ما يكون ضمن مهام إدارة المحطات بالتعاون مع مدراء الأقسام المختلفة: مدير الأخبار، مدير البرامج، المدراء التنفيذين، وإذا تعدى إلى أحد فغالباً ما يؤخذ برأي معدي ومخرجي ومقدمي البرامج أو طلباتهم أو اقتراحاتهم وتوصياتهم.

ولأن نشرات الأخبار العربية، وفي معظم المحطات، لها موعد ثابت نادراً ما يتغير فإن التخطيط له ليس بالأمر السهل، أما التخطيط الداخلي لشكل النشرة وموضوعاتها

فهذا أمر يحدده إبداع وقدرات فريق الأخبار إضافة إلى أهمية ونوع الأخبار المستجدة، خلال الفترة الزمنية للخطة. وقد يضاف مواعيد أخبار لموجز النشرات، وقد يقترح المذيع أن يقدم برنامجاً أخبارياً أسبوعيا ناجحاً وقد يقدم على إجراء مجموعة من الأخبار الأسبوعية المميزة المختصة، رياضية، اقتصادية، فنية ويقدمها ضمن لقاء أو برنامج أو حتى عرض إخباري.

أما إذا رأى المذيع أو مقدم البرامج فرصة مواتية لتقديم أفكار واقتراحات فعلية أن ينتبه إلى ما يلي:

1- أن يكون موضوع البرنامج مميزاً وهادفاً ويلفت انتباه المشاهدين ويقبلون عليه.

2- أن يكون موضوع البرنامج جديداً غير مطروح وغير مطروح من أفكار الآخرين، إبداعيا قدر المستطاع.

3- أن يدرس المذيع كل الإمكانات المتاحة لعدد الحلقات المطلوبة، وكم من الحلقات يمكن أن يغطي البرنامج، شخصيات ومسابقات وغيرها.

4- أن يدرس المذيع أقل الإمكانيات لإنتاج هذا العمل مع الحفاظ على الجودة العالية، بمعنى أن لا يكون مكلفاً أكثر من اللازم.

5- أن ينتبه إلى أن كافة المعلومات المطلوبة واللازمة لتقييم إمكانية نجاح البرنامج ويضعها ضمن مخطط البرنامج ويذكر اسمه عليها.

العاملون معك (الأخبار.. البرامج.... الميدان)

تعرضنا في وحدة سابقة لشكل العلاقة التي تربط مندوب الأخبار مع العاملين معه في الميدان وفي غرف المونتاج وفي الأستوديو وعلاقته مع مدراء ورؤساء أقسامه ومذيعي النشرات الرئيسيين.

أما الذي على المذيع أن يعرفه بشكل عام أن هذا العمل، في مجال الإذاعة التلفزيونية، عمل بالغ الحساسية والشفافية، ولا يحتمل الخطأ، فمن لحظة خروجك من بوابة بيتك وحتى تعود إليها أنت أمام المجهر في كل ما تفعل، حتى طريقة إشعالك

السيجارة إذا كنت مدخناً- لا سمح الله- فكيف في الطريق وأمام الناس وإذا دخلت إلى المحطة التي تعمل بها أليس لديها حراساً، أنهم يتساءلون داخلهم هل سيلقي التحية، كما أن هناك المزارعون وعمال النظافة الذين يهيئون لك جواً مذهلاً للعمل بأريحية، هل سيتحدث إلينا عن هذه الوردة الجميلة، ولمن يحب أن يهديها؟

ثم أن هناك موظفي المقسم العام وموظفي الإدارة العاديين والمحاسبين، والجميع مشغول بعمله، لكنهم يرمقونك، أنك تدخل غرف المونتاج وتجد المونتير الذي تعمل معه دائماً لإنجاز نشاطاتك، وعمل مونتاج لأفلامك وأشرطتك ولقاءاتك، وهناك الاستوديوهات ومدرائها وفنييها، وهذه دائرة الإنتاج المركزية وتلك مكتبة الفيديو وموظفيها وهذه الدائرة التجارية في المحطة ودوائر الإعلانات والتسويق والترويج والمراقبة، وهذه دائرة البرامج التي بها زملائك ومعدي البرامج ومنسقي البث والمراقبة وهناك المخرجين والمصورين والمساعدين وفنيي الإضاءة والصوت والديكور والأزياء والمكياج، ودوائر الأخبار والقنوات الأخرى العاملة ومدرائها ومنفذيها... إنه عالم يومي مذهل يراقب وينتظر، يعمل بسرعة وقوة وإتقان ينتظر منك أن تكون غاية في اللطف، طيب المعشر كريماً متسامحاً، عذباً وعفوياً وصادقاً، وأن لا تكون مجاملاً زائفاً، مخادعاً أو متسلقاً ووصولياً، أو تنقل الكام والإشاعات، أنك ممثل الجمهور لدى التلفزيون، وممثل التلفزيون لدى الجمهور، أنت المندوب المشترك، مندوب الناس والمحطة، مندوب الحكومات والشخصيات والمؤسسات، وشخصيتك هي محور الحديث دائماً.

مقومات المذيع التلفزيوني الناجح

قبل أن تفكر تصبح مذيعاً تلفزيونياً ناجحاً، عليك اولاً التفكير ملياً في مواهبك وقدراتك وكفاءتك، وعليك أن تدرك أن هذا العمل بقدر ما يحتاج إلى الدراسة والتأهيل والخبرة فإنه يحتاج إلى الموهبة والقدرة والكفاءة، وأنه ليس عملاً عادياً، مهنياً أو حرفياً تنجز فيه العمل خلال المدة المطلوبة وينتهي الأمر عندئذ، ولن تكون طبيباً أو مهندساً أو

محاسباً أو محامياً، تقوم من خلال عملك بمهمة واحدة محدد تحتاج منك إلى الخبرة والمعرفة. إن الموهبة الحقيقية الموجودة في داخلك، والتي تدفعك بقوة لكي تصبح مذيعاً لامعاً هي الوحيدة القادرة على تفجير كفاءتك وقدرتك، فأنت تقف أمام الكاميرا التي تصل بالأجهزة الخاصة والتي يتم إرسالها إلى الأثير، ليراها الملايين.

أنت تقف أمام الكاميرا، أمام الملايين يسمعون ويرون كل حرف تنطقه وكل حركة تأتي بها، ويستطيعون ملاحظة كل ما تفعل ومنهم عباقرة ومفكرين ومختصين ومذيعين وأطباء ومهندسين ونجارين وحلاقين وفيهم الرجل والمرأة والطفل والشيخ والمراهق والمريض، واليائس والغني والفقير، أي أنك تقف أمام كل الناس لتقول كلمتك هذه، فلابد إذاً أن تتفوق موهبتك ورغبتك لتصوغ كل ما لديك بسلاسة وليونة أشبه إلى السحر لا إلى الرومانسية إلا إذا احتجت ذلك.

وبالإضافة إلى الموهبة، يجدر بالمذيع أن يكون في داخله صحفياً، صادقاً موضوعياً، حيادياً همه الأول أن يقول للناس شيئاً في الوقت الذي يحتاجون فيه إلى هذا القول، صحفياً جريئاً يتحمل المخاطر ويركب الصعب من أجل أن ينقل للناس حدثاً أو قصة، وأن يكون متزناً واعياً ناضجاً لا يدفعه الحماس الشخصي، أو رغبة الظهور الخاصة أو التسلقية والوصولية، فالناس تدرك الآن هذا جيداً وتميزه، وما أسهل على الجمهور من أن يميز هذا المذيع حين يراه ينافق لمسؤول أو يتطلع إلى شيء ما أثناء برنامجه وعمله، ويميزون أيضاً المذيع الناجح الصادق الذي يظهر هم الناس ورغباتهم فيما يقدم ويسعى.

وبالإضافة إلى الموهبة والكفاءة والقدرة الصحفية فهناك مقومات أساسية تفرضها مهنة المذيع التلفزيوني ولها دور كبير وفعال في نجاحه وتميزه.

1. حضور الشخصية:

مصطلح الشخصية، من أصعب الاصطلاحات فهماً وتفسيراً، ومع أنه يستخدم بصورة تلقائية في الحياة اليومية، إلا أنه وحتى لعالم النفس يعتبر اصطلاحاً هاماً يحاول

باستمرار التوصل فيه إلى معنى أكثر تحديداً اعتماداً على نتائج الدراسات المختلفة التي تجري في هذا المضمار.

إن مصطلح الشخصية يستعمل في الكلام الدارج للتعبير عن الصفات السلوكية المحببة عند الفرد، وأنماط سلوكه وتكييفه مع البيئة المحيطة.

أما حضور الشخصية فهو مصطلح الذي يطلق على مدى استجابة المجتمع والبيئة وتقبلها لشخصية ما، وتأثرها بها وتعاطفهم معها، فهذه الشخصية تبذل والمجتمع يقيّم، فإذا ما وصل تقييم مجتمع ما أو فرد ما لشخصية إلى حد الإعجاب بها فإن حضورها لديهم يكون طاغياً ومؤثراً.

يتأثر حضور الشخصية للمذيع التلفزيوني بمظهره العام وطبيعة قدراته ودوافعه، وردود أفعاله العادية والمفاجئة، وكذلك طبيعة الخبرات التي سبق ومر بها، ومجموعة القيم والاتجاهات والميول التي توجه سلوكه.

إن مدى إعجاب المجتمع بشخصية ما، وهو ما نسميه حضورها، يعود إلى ثقافة هذه الشخصية ومرونتها وتجاوبها، كما يعود إلى اهتمامها بالتفاصيل ودقتها في الشرح، وقدرتها على الاختزال ولفت الانتباه إلى دقائق الأمور، إضافة إلى اتزانها واستقرارها. ويكاد يكون حضور الشخصية هو الجامع الأوحد لتركيبتها وكنهها، كيف لا وهو انعكاسها في العيون والقلوب، وهو سر تجاوب المجتمع معها، إلا أن براءة الشخصية الدائمة، في الوجه والسلوك بعد أخطر ما يجعل هذه الشخصية ذات حضور كبير وخارق، ويقال على لسان أحد النقاد المصريين، أن مصر والعالم العربي لم يعرف حضوراً فاعلاً وقوياً ومؤثراً كما عرف الناس حضور للفنانة "فاتن حمامة" في أعمالها، فهي بريئة الوجه والسلوك وبريئة الصوت وتكاد تقسم أن ذلك طبيعتها.

إن حضور شخصية المذيع التلفزيوني وحدها، دون أن يفعل شيئاً كفيلة بأن تجعله ناجحاً مميزاً مثيراً، وتجعل من برامجه وأعماله الأولى دائماً، الأوسع انتشاراً والأكثر إقبالاً،

وإنها قادرة على أن تجعل الناس تصدق مسبقاً كل كلمة يقولها، ويتأثرون بكل قضية يثيرها، ويندفعون لأي موضوع يطرحه.

2. اللغة الصحيحة

اللغة هي الوسيلة التي جعلت الأمم والشعوب تتآلف وتتفاهم، وهي التي جعلت المجتمعات تتطور وتتقدم، وجعلت الإنسان يرتقي ويتميز عن كل الكائنات.

وتعد اللغة بالنسبة للمذيع التلفزيوني واحدة من أهم الميزات التي عليه أن يحتفظ بها، ويحافظ عليها، فهي بوابة تواصله مع الناس، وهي طريقة للوصول إلى قلوبهم وعقولهم، وهي مفتاحه الذي يدخله إلى مجتمعه المغلق، فمن خلالها يصوغ أفكاره واهتماماته، فتنساب من فمه صحيحة كاملة تعبر عن داخله.

1- اللغة الفصيحة:

وهي اللغة الأم، لغة العرب الواسعة الغنية بالمفردات الصادقة في المعاني، اللذيذة، لغة القرآن الكريم، وأمهات شعر العرب ومؤلفاتهم، وقد تحدثنا سابقاً عن أهميتها وقواعدها وتدريباتها.

2- اللغة العامية:

وهي لغة الحديث والشارع، وتسمى باللهجة فهي اللهجة المحلية التي يتعامل بها جمهور المتلقي، وهي اللغة ذاتها لكن طرأ عليها ما يسمى بالتلحين والتحرير والناتج عن اختلافات بيئية، والتطور والامتداد السكاني.

ويستخدم اللهجة العامية مقدمي البرامج المنوعة كبرامج المسابقات العام برامج الأغاني وبعض البرامج الرياضية وبعض اللقاءات الميدانية التي تدعو لاستخدام هذه اللهجة.

وبما أن هناك نسبة عالية من الجمهور يفضلون هذه اللهجة لبساطتها وعفويتها وقدرتها على الوصول بعاطفية إلى قلوب المشاهدين، واستخدامها يؤدي إلى نتيجة طيبة وتقبل كبير، ويجدر بالمذيع إذا أراد استخدامها محاولة تفصيحها قدر المستطاع، أي نطقها

دون الإفراط، ودون التوغل في المصطلحات الشعبية التي قد يعجز البعض عن فهمه، أو لا يستطيع المشاهد في البلدان مختلف اللهجات تميزها، إضافة لأهمية الارتقاء بهذه اللهجة إلى أقرب المراتب من الفصيحة، باعتبار جمهور المتلقين يتأثر داخلياً ووجدانياً وفيهم نسبة عالية من الأطفال الذين تساعدهم لغتهم الأم من الارتقاء بتذوقهم لما يقرءونه في الكتب والروايات والأشعار.

3. سرعة البديهة وحسن التصرف:

يحتاج المذيع التلفزيوني، حاجة ملحة إلى سرعة البديهة وحسن التصرف في كثير من المواقف التي تواجهه، وغالباً ما تكون هذه المواقف للمذيع كثيرة متنوعة، قد تضعه في حالة من الإحراج، الذي لا يمكن أن ينقذه منه سوى تجاوزه ومعالجته، فهو شخصية عامة معرضة لكل ما يمكن أن تتعرض له الشخصيات الهامة، وسنحاول تلخيص هذه المواقف بما يلي:

1. ارتكاب خطأ لغوي فادح أو معنى مختلف أثناء قراءته نشرة أخبار رئيسية أو تسمية قياديين أو رؤساء بغير أسمائهم أو بالخلط فيها، أو حدث خلل فني طارئ، أو سقوط شيء، أو إحداث صوت مزعج داخل الأستوديو وعلى الهواء مباشرة.
2. تقديم معلومات خاطئة أو مغلوطة أثناء إجراء مقابلات داخل الأستوديو وعلى الهواء وتصحيحها من قبل الحضور، أو باتصال هاتفي.
3. وقوع مفاجئة من أي نوع للمذيع وهو يسجل لقاءٌ أمام جمهور وحضور، كأن يقع جهازاً أو تمر سيارة تربكه.
4. توجيه سؤال أو استفسار له من المواطنين حول أشياء خاصة بالتلفزيون وخارج اختصاصه يضطر فيها للإجابة.

والمواقف المحرجة كثيرة، ولكن على المذيع أن يتنبأ بها عادة ويضعها نصب عينيه، وتلزمه هنا سرعة البديهة، للمعالجة الفورية لهذه المواقف وتجاوزها دون أن يترك أثراً

لدى المشاهدين أو الجمهور، وتتجلى سرعة البديهة لدى المذيع التلفزيوني، بإظهار ثقافته التي تساعده عليها القراءة المتواصلة، والاستزادة من المواضيع العامة والمطالعة الدائمة، إضافة إلى تطويع النفس وإكسابها المهارة العالية بحسن التصرف دون إسفاف أو ابتذال.

وبما أن سرعة البديهة لا تكتسب إنما تخلق مع الإنسان، فلا بد للمذيع الذي يرى نقصاً في شخصية في هذا الجانب أن يحاول تعويضه بل تسخير كل إمكانياته وقدرته لاتمامه، فالحكمة والهدوء مكتسبان، ويمكنهما تعويض أي خلل أو نقص بل إن الحكمة تتفوق على سرعة البديهة الزائدة عن حدودها إلى إحداث إحراج أكثر من الإحراج الذي وقع بسبب الخطأ، لكن بالهدوء والحكمة من خلال تذويب أداء العجلة والاندفاع والحماس، والصمت ولو لثانية واحدة والتفكير ولو لخمس ثوان. واستجماع الأفكار ولفت الانتباه إلى الأفكار الجديدة بصورة تلهب المشاعر، وتعالج الخدش وتطغى عليه.

إن حسن التصرف هو ابسط ما يمكن أن يمرن المذيع نفسه عليه، وهو أعظم ما يحتاجه المذيع في حياته المهنية. وهو الذي يعكس شخصيته وقدرته وكفاءته.

4. الاهتمام بالمظهر:

لابد من قناعة المذيع والمذيعة التلفزيونية أولاً إلى أن الاهتمام بالمظهر لا يأتي بسبب الرغبة الداخلية للتأنق وحب الاستعراض والظهور، ولا يأتي للمغالاة في رسم الشخصية والحضور، لأن هذه الرسومات تحتاج إلى روح حية أصلية، خلوقة بريئة صادقة، وأنى للرسومات من ذلك. إن اهتمام المذيع بمظهره الخارجي هو احترام لمشاهديه ولجمهوره ومحبيه، وهو القالب الذي يحبون أن يرونه فيه، فبعد أن تكتمل لصديق، يشاركه ويشاطره وهمومه وأفراحه، فيرغب عندئذ أن يراه دائماً في أروع حله وأحسن مظهر.

إن الأناقة التي على المذيع أن يتعب من أجلها، الأناقة البسيطة الذكية التي تزيد من عمق الصداقة بينه وبين جمهوره، ولكن قد تزداد الأناقة لتصبح مغالاة في الاستعراض وخاصة لدى المذيعات، وعليهن أن يعلمن تماماً أن الجمهور الجالس في بيته، أغلبه من

متوسطي الأحوال، فإذا كان بعضهم ممن هم أحسن حالاً، فأنهم يشعرون بالحقد والكره والمنافسة، أما إذا كانوا دون ذلك فيشعرون بالسخط والغيره، وكلاهما يبتعد في آن معاً، وتبقى للطبقة المتوسطة التعليقات والإشاعات.

ولا نريد هذا أن يشعر المذيع بأنه معرض تماماً لهذا السخط إنما المغالاة في التأنق لحد الإسفاف هي التي قد تجعل مذيعاً ما محط كره وحقد دون سبب مباشر.

5. سعة الصدر والوعي والنضوج:

ويتعرض المذيع في مهنته إلى النقد، وقد يصل الأمر إلى التجريح سواء من كاتب صحفي، مدفوع بأسباب أو بأهداف، أو مشاكساً يهوى مهاجمة ونقد الشخصيات العامة، أو مواطناً لا يعرف المذيع ولم يره قبل ذلك. أو مماحكة من أحد زملاءه في المحطة أو محطة منافسة.

وإذا تعرض المذيع إلى أي نقد أو تجريح، فعليه بالحال ان يتحلى بالوعي والنضوج ويضبط أعصابه ويستخدم حكمته وحسن تصرفه وسعه صدره في فهم أسباب هذا النقد دون سخرية أو لامبالاة، فإذا وقف على أسباب هذا النقد عليه المحاولة لمعرفة كافة السبل لمعالجته، بتروي وذكاء، دون عصبية أو اندفاع.

ويحتاج المذيع سعة الصدر والنضوج في عمله عند إجراء مقابلات مع المواطنين، فبعضهم يخاف الكاميرا، والآخر لا يحسن الحديث، وهذا لا يستطيع تجميع أفكاره، وذلك لديه مرض التطويل والشرح، وذلك يقاطع المذيع صوته فوق الصوت المطلوب، وأحدهم يخجل ويستحي، والثاني لا يعرف الإجابة... الخ.

فعلى المذيع أن يتحلى بسعة الصدر يدرك تماماً بأن الناس جميعاً ليسوا متحدثين بارعين، وأن يحاول قدر استطاعته أن يعطي كل ذي حق حقه، وبعد ذلك وأثناء تحرير الأخبار يستحسن المذيع ما يراه مناسباً لمادته فيسجله في تقريره للأخذ به.

6. الحيادية والموضوعية:

الحيادية بمفهومها الحالي هي طهارة رأي الإنسان من أي تعصب أو تنصر لرأي دون الآخر، والموضوعية هي إعطاء صفة المنطق وصيغة الحقيقة صبغة الاعتدال والوسطية للآراء والأفكار.

ومن الأبجديات الأولى في العمل الإذاعي التلفزيوني حيادية ناقل الخبر والرأي وموضوعيته في طرحه ومناقشته، دون تعصب أو طغيان الرأي الخاص المطلق على كنه القضية وأبعادها، والمحاولة لجعل طريقة طرحها تبدو صافية نقية خاصة من أي وجهة نظر شخصية أو مدفوعة للتأثير على الطرف الآخر أو جمهور المشاهدين.

ومثال على ذلك أن يقدم مذيع ما خبراً رياضياً مثلاً بين فريقين كبيرين، ويكون المذيع في شخصية العادية يشجع أحدهما، فيطغى التقليل من شأن فوز الفريق الآخر إذا خسر فريقه والتخفيف على مصابه، أو يؤدي ويجرح مشاعر جماهير الفريق الثاني إذا خسر وفاز فريقه فيخترع له الشعارات والجمل والألفاظ ليزين فوزه.

وقد تحدث مثلاً إذا أجرى لقاء مع عدة شخصيات حول موضوع تأثر به قبلاً فانحاز لرأي دون الآخر، وأفرز انحيازه وتعصبه أثناء اللقاء، فيخسر حياديته وشخصيته الاعتبارية.

إن صدق المذيع مع نفسه وإيمانه بالمسؤولية الكاملة وميثاق الشرف الإعلامي والتلفزيوني واهتمامه بكل مشاهديه يجعله يدع عواطفه ومشاعره الخاصة بعيداً حين يعمل، ويجعله يترك أفكاره وآراءه المنحازة جانباً حين يناقش ويجري اللقاءات والبرامج، فيتفرغ حينئذ لما يلي:

1. الإبداع والابتكار في طرق طرح الموضوع.
2. تغطية الموضوع من كافة جوانبه.
3. توزيع الأسئلة والإجابات والوقت اللازم لها بمساواة وعدل.
4. إعطاء المواضيع صبغة العمومية.

تتطور ثقافة المذيع التلفزيوني ليصبح قادراً على إعداد البرامج، حيث تغريه المنافسة الشريفة على المزيد من البحث والتفكير لإبراز طاقاته وقدراته وبعد محاولات غير مميزة للعمل مع معدين آخرين، نراه في فترات استراحته فمشغول الذهن شارداً يحاول استدراج وجدانه وذاكرته ومعرفته لتجود عليه بطيف ساحر، أو تجتمع أفكاره في إحداثيات جديدة، يسكن فيها جسده وقلبه ونظره للحظة، ثم يقفز في الهواء صارخاً: هاي، ثم ينظر حوله في كافتيريا المحطة فيرد الجميع ينظر إليه باستغراب فيعود منفعلاً إلى مكانه غير عابئ بما يحدث حوله ليمسك بقلمه ويسجل فكرته التي أعياه انتظارها.

وعلى المذيع الذي يحلم بهذه اللحظة الرائعة أن يستعد لها ويهيئ نفسه وعقله بكافة السبل وعلى النحو التالي:

1. أجعل لنفسك مفكرة خاصة أطلق عليها اسم "البرامج" وسجل فيها يوميات العلم وملاحظاته المهنية الخاصة.

2. تابع كل ما يبث لك ولغيرك من البرامج في محطتك وفي المحطات الأخرى وسجل ملاحظاتك.

3. اشترك في النقاشات المميزة حول البرامج ومستواها، وأخطاءها، مواضيعها.

4. ناقش المشاهدين، كلما تسنى لك حول المواضيع الهامة والقضايا العامة التي لم تطرح بعد، واستمع لهم جيداً وسجل ملاحظاتك.

5. ناقش المختصين في أعماله، السياسية أو الفنية أو العلمية، أعطهم الفرصة الكاملة لشرح همومهم وسجل ملاحظاتك.

6. عندما تجلس لوحدك، اجعل هموم الزملاء والمختصين العامة والناس هو همك الوحيد وتذكر بأنك تستطيع عمل شيء ما، أنت تملك الأداة، أنت تملك الوسيلة، أنت الحل...ولكن كيف.. اقرأ ملاحظاتك جميعاً.

اولاً:الاستعداد لتقديم البرامج

مع أن المخرج هو الزعيم الروحي للعمل، ولا يمكن أن يتجزأ على زعامته أحد، لأنه صاحب الرؤيا النهائية التي يراها الناس، إلا أن المشاهد لا يراه، بل يرى رؤياه ممن خلال المذيع التلفزيوني.

فإذا ما أجاد المذيع التلفزيوني عمله، وبذلك فيه جهداً مميزاً وخاصاً، وأخلص نواياه في خدمة الموضوع، فإن المتلقي سوف يقدر ذلك، ويحتسب للمذيع إخلاصه ذلك.

هناك وسائل وطرق خاصة تمكن المذيع التلفزيوني من تقديم برامجه وتحفزه على الصدق في معالجتها وهو في مراحل الاستعداد وهي:

1. ابحث نفسك، ولا تدع الآخرين يقومون بعملك، ولا تكلف أحدا.

2. ابحث عن التفاصيل "تصور أبعادها، ناقشها ذهنياً مع نفسك.

3. اجمع كافة المعلومات، موضوعك، عن الشخصية التي تناقشها، حاول الغوص في أعماقها واكتشافها.

4. ضع جميع الاحتمالات في مخيلتك، جميع الإجابات المتوقعة وغير المتوقعة، وكن جاهزاً لأي طارئ.

5. اجمع قصصاً وأمثلة صغيرة ومختزلة جداً في سطر واحد لها صلة بمواضيعك وشخصياتك وتدرب عليها جيداً.

6. اتصل بالخصوم والمنافسين، تحدث إليهم واكتشف الجانب الآخر مهما كلف الأمر.

وعلى المذيع أن يكون جريئا في الإحاطة بكل جوانب الموضوع، وأن لا يكون هذه حقيقة سياسته وتلك أرقام حقيقية اقتصادية وهذه الحقيقة التي يلخصها الضيف هي خلاصة الموضوع، فالحقائق ليست مطلقة إلا من وجهة نظر مروجيها فالذي يعتبره البعض حقيقة مسلمٌ بها يعتبرها البعض وهماً لا وجود له، والنظريةا التي يدافع عن صحتها البعض، ويبذل دمه رخيصاً من أجلها، يظن الآخرين أنها كذبة جميلة المظهر

عديمة الجوهر، وقد شاهدت شخصياً برنامجاً علمياً يديره مذيعاً يبحث عن المواضيع البراقة، لكنه يجهل كيف يقدمها وتفيد الناس بها، واختار موضوع مثلث برمودا عنواناً لإحدى حلقاته واستضاف قبطاناً بحرياً وطبيباً نفسياً، وكم آلمني بأنهم الثلاثة لم يقدموا للمشاهد في النهاية معلومة تفيد بحقيقة وجود مثلث برمودا وحوادث الاختفاء الجماعية التي تحدث في منطقته أو نفي هذه الحوادث، وبدأ البرنامج وانتهى واظن بأنه لم يضف أدنى فكرة لمشاهديه إلا إذا كانت مزيداً من التساؤلات.

وإذا اتخذنا من هذه الحلقة نموذجاً يمكن مناقشة بعض جوانبه، نؤكد من هنا بأن القبطان مثلاً كان ينفي وجود غموض حول المثلث، وكان المذيع يؤكده كما قرأ وسمع وحاول بث الحقيقة التي آمن بها للطبيب النفسي وطلب إليه شرح حالة التي تصيب من الصدق بوجود مثل هذه الألغاز الموجودة في الطبيعة.

إن الذي يحدث هنا هو أن المذيع وهو معد البرنامج لم يكن موفقاً في اختياره للطبيب النفسي إذا قصد إصابة الجانب الآخر، كان عليه أن يبحث عند ضيف يؤكد وجود المثلث المذكور، وتحدث هنا المواجهة، فالقبطان ومن خلال مروره الفعلي من موقع المثلث المزعوم والجزيرة التي تحيا بظله، أكد حقيقة رآها بنفسه بأن المنطقة خالية من أي غموض، ولم يكن لدى الطبيب أدنى فكرة عن ذلك، إلا أن المذيع عرض أسماء مجموعة كبيرة من المؤلفين الذين تحدثوا عن برمودا وحقيقة ما يجري هناك، وذكر قصصاً عن حوادث حقيقية جرت في ذلك الموقع، فأين الحقيقة إذن!!؟

على المذيع قبل أن يفكر كيف يبدأ برنامجه عليه أن يعرف جيداً كيف سينهيه، وليس المقصود هنا، أن يقول لضيوفه وللجمهور، بكل برود، وأدب، بأنه لم يتبق، سوى دقيقة واحدة، كما يحدث عادةً.

يتعين على المذيع الواعي والمدرك أن ينهي برنامجه، وقد وصل بمشاهديه إلى حالة الذروة، إلى عمق الحقيقة، إلى المعلومة التي ينتظرونها بفارغ الصبر، وليس لها مكاناً على خارطة الزمن التي وضعها المخرج وإدارة المحطة، والتي تستوجب في كثير من الأحوال أن

ينتهي الوقت قبل أن ينتهي البرنامج، قبل أن ينتهي فعلياً، موضوع وحقائق، وحتى لا يقع المذيع التلفزيوني بمأزق المفهوم ومصيبة عدم تحقيق الأهداف والنتائج المطلوبة من البرنامج، عليه أولاً أن لا يركز جل اهتمامه وجهده حول المواضيع البراقة شكلاً كمواضيع الأبراج مثلاً، أو الطب الشعبي أو الغيبيات والألغاز التي لم يجدوا لها تفسيراً وحلولاً بعد، فأن المشاهد مثقل بالآراء ويبحث عن الدواء الشافي، ولا ينقصه مزيداً من الغموض، فما معنى أن تفكر في برنامج يتحدث عن وجود مخلوقات في الفضاء الخارجي، تريد تأكيد وجودها أو نفيه، ولا تخلص إلى نتيجة، ألا يكفي المشاهد ما يراه من خلط وغش وخداع بين الخيال العلمي الذي يدفع العقل إلى التفكير والتهيئة لما يمكن أن يحدث، لدفعه للعمل والإنجاز، وبين الأحلام التجارية التي تختبئ في الخيال العلمي لتحقيق الأرباح، والتي صورت الفضاء الخارجي بصورة مقززة ومظللة لم تكتسب مضموناً أو هدفاً.

وعليه أيضاً أن يفكر ملياً وطويلاً بضيوفه ومحدثيه، فالمسألة تخلو تماماً من الصداقة تفعمها المجاملات، ولا تحسن من سويتها الشللية والمحسوبية، ولا ينقصها أبداً الجهل.

اختر موضوعك، واختر ضيفاً له، هل فعلت؟

عليك الآن أن تعود وتفكر في كل الأشخاص الذين يصلحون بديلاً حقيقياً وفعالاً لضيفك الذي اخترت، هل استنفذت، ابحث مرة أخرى!!! نعم على المذيع التلفزيوني أن يعتصر ذاكرته، فالموضوع لا يحتمل المجازفة، فهل رأيتم المذيع الذي يتحدث عن مستوى الثقافة الوطنية وحجم المؤلفات التي تنشر سنوياً، ثم يستضيف صاحب كشك يبيع الصحف والكتب للتحدث عن هذا؟؟

نحن لا ننكر على صاحب الكشك معرفته بعدد الكتب التي تباع في كشكه ونوعها، لكنه لن يعرف أبدا حجم المؤلفات التي تنشر سنوياً، ولاشك بأنه لن يستطيع أن يقرر مستوى الثقافة الوطنية، ولو اختار مذيعنا وزير الثقافة فلن يقرر، هناك ألف بديل، هناك دراسات وأبحاث، أمضى القائمين على إعدادها شهوراً طويلة مضنية، حتى تتقرر لديهم

نتيجة مستوى الثقافة العام، 55% مثلاً، لا أن يقال أن في العامين الماضيين لم يباع سوى عدداً محدداً من المطبوعات الوطنية (التي جرى طباعتها محلياً)، فهل هذا هو الذي يحدد مستوى الثقافة الوطنية؟؟

إن ضيفك هو سلاحك، ونؤكد هذه الحقيقة للالتزام بها؛ فلا ترضى بسلاح يفتقر إلى الجاهزية والفاعلية والقدرة التقنية، فضيفك الذي تدعوه، سيحدد نتائج ويطلق حقائق ونظريات يسمعها الملايين فيصدقونها، ويعتبرونها مرجعاً لهم.

أجلس إلى ضيفك قبل البرنامج وتحدث إليه، إذا تسنى لك ذلك، واستنبط من مقابلتك هذه كل ما تحتاجه من معلومات، وأعطه وقتاً ليبحث جيداً، وقرر له بهدوء مايلي:

1. الإجابة على أسئلتك دون تردد، حتى لا تبدو معلوماته للمشاهد في موضع شك.
2. الإجابة على تساؤلاتك بوضوح وبساطه وشفافية، وأن لا تكون الإجابات بحاجة لمن يوضحها بعد ذلك.
3. وضح له بلطف محاولة عدم التوغل في إجابات لها هوامش خارجية عن مواضيع الحلقة.
4. اشرح له المدة الزمنية المتوفرة له، واطلب إليه أن يقدم كل ما لديه خلال الوقت المتاح وأن لا يترك مفاجآته للحظات الأخيرة.

أما إذا رافق البرنامج مواداً فلمية فعليك الإطلاع عليها بحضور المخرج، فقد تحتاج إلى التحدث عن بعضها، أو تقديم بعضها، أو التعقيب على أحدها.

ثانيا: تسجيل البرنامج

إذا لم يكن البرنامج من النوع الذي يبث على الهواء مباشرة، فلابد من أنه يسجل قبل وقت كاف من بثه، وتتيح البرامج المسجلة الفرصة للمذيع التلفزيوني مقدم البرنامج، تصحيح الأخطاء، وإعادة تسجيل العثرات التي يمكن أن تقع أثناء التسجيل،

والبرامج المسجلة هي التدريب الحقيقي للمذيع التلفزيوني، حيث يحاول في كل مرة، إقناع نفسه بأنها على الهواء مباشرة، وأنه لا مجال للخطأ والإعادة، ومرة بعد مرة، يمتلك زمام المبادرة، فيصبح المذيع هو المايسترو الذي يدير بعصاه السحرية الصغيرة تلك المجموعة الكبيرة من العازفين، في الاحتفال الوطني الكبير الذي يشاهده بضعة آلاف من الحضور والذين يراقبونه وهو يقف على خشبة المسرح، يفهم تماماً ما يجرى، ولا يترك أدنى مجال للخطأ والإعادة.

وعندما يدخل المذيع إلى أستوديو البرنامج للتسجيل، يجلس في الركن الخاص به، وعليه أن يعرف أرقام الكاميرات العاملة معه (واحد) مثلاً هي التي تصوره من الجانب الأيسر أما الكاميرا (اثنان) فتصوره من منطقة الوسط مثلاً والكاميرا (ثلاثة) تصوره من الجانب الأيمن.

فإذا ما كان يتحدث إلى الجمهور من خلال الكاميرا (ثلاثة) وطلب إليه المخرج أن يرد على اتصالات هاتفي وينظر إلى الكاميرا (اثنان) فعليه أن ينهي آخر حرف في جملته على الكاميرا (ثلاثة) ويعطي جزءاً من الثانية ساكناً ثم يلتفت بهدوء نحو الكاميرا اثنان (ليسأل... مثلاً: يبدو أنه معنا اتصال هاتفي.... تفضل).

وعلى المذيع أن يتأكد من (ميكروفون وسماعات) الإرسال والاستقبال الخاصة به ويجرى اختباراً لها.

بما أن المذيع شخصية خاصة جداً، لها مواصفات نادراً ما نتوفر لدى الجميع، فلا شك بأن أحد مواصفاته تلك هي الهدوء وبرود الأعصاب، ويحتاج هاتين الصفتين في المواقف التالية:

1. إذا لم يبدأ التسجيل في وقته بسبب أحد الأعطال الفنية أو تأخر أحد الضيوف أو اختلاف نشأ بين المصور ومهندس الإضاءة، وعليه أن لا يلعب دور المصلح الاجتماعي، بل يلتفت إلى أوراقه وأسئلته أو التحدث مع ضيفه حتى يتم

إصلاح الخلل، وأن يبدي أي غضب أو توتر مهما كانت الأسباب، ويعلن فوراً أنه مستعد وجاهز.

2. إذا اكتشف أثناء التسجيل بأن أحد ضيوفه يخشى الكاميرا كثيراً أو ينظر إليها دائماً باضطراب، فيحاول بكل هدوء ولطف شده إلى الموضوع وانحرافه بالتفاصيل، أو التحدث إليه بروية أثناء عرض المادة الفلمية أو الاستراحة التي يعلن عنها المخرج.
3. إذا ارتكب المذيع نفسه خطأ أو خطأين متلاحقين، فهذه ليست نهاية العالم، فقليل من الهدوء يصلح كل شيء.
4. أثناء حديث المخرج معه على سماعه الأذن وحديث الضيف الذي يلزمه التركيز والاهتمام إضافة إلى التفكير في المادة اللاحقة والتعقيب. والتي يمكنها جميعاً أن تجعل الميت يصحو لما تحدثه من حالة تشويش، ليس على الأرض من تمكنه معالجتها ببرود أعصاب مثل المذيع التلفزيوني.

المذيع و طرق تقديم البرامج وأمثلتها

إذا استثنينا البرامج الوثائقية غير المترجمة التي لا تحتاج مذيعاً تلفزيونياً لتقديمها، لأنه يتم تصويرها بأسلوب وثائقي حيث تعرض مادة عن الحيوانات المفترسة مثلاً أو عن أسرار البحار أو المصانع أو الغابات أو الطيور، وقد يقتصر عمل المذيع هنا التعليق بصوته دون أن تظهر صورته، فإن طرق تقديم البرنامج هي:

1. برنامج الشخصية الواحدة:

ويظهر في هذا البرنامج المذيع التلفزيوني وحده، ولا يشترك معه مذيع آخر في تقديم المادة ولا يستضيف البرنامج، شخصيات تتحدث وتناقش موضوع البرنامج، وإذا تضمنت الفكرة الاتصال الخارجي فيكون حديث المذيع مع هاتف الأستوديو فقط، ومباشرة إلى جمهور المتلقي.

وأمثلة هذه البرامج برامج المسابقات الغنائية مثلاً حيث يقوم المذيع بترتيب المواد وتجهيزها تباعاً ويبدأ تقديمه في الحديث إلى المشاهدين حسب المواد التي سيشاهدونها، وقد يتبع المذيع أسلوبا عرضياً إخباريا أو أسلوباً نقدياً لهذه المواد. وعلى كل الأحوال على المذيع التلفزيوني أن يراعي ما يلي:

1. الاستحواذ على متابعة المشاهدين من خلال أسلوب التقديم وجذبهم لبرنامجه دون إسفاف أو ابتذال.
2. شد الإيقاع العام للبرنامج وجعله متزناً سريعاً مؤثراً.
3. مخاطبة المشاهدين بجرأة وكأنهم يجلسون إليه واعتبار ذلك كلل مشاهد ممكن.
4. ملاحظة المستويين العمري والمعرفي لجمهور برنامجه ومخاطبتهم ضمن مستواهم.
5. إذا كان البرنامج مسجلاً عليه أن يراه ويقيم مستواه، وقد يقع المخرج بسهو يجعله يقدم مادة فلمية على أخرى، فيبدو للمشاهد أن المذيع قد أخطأ في تقديمه، لذا عليه مراعاة الربط بين المادة المقدمة ومادتها الفلمية.

ومن الأخطاء التي تقع على عاتق تنفيذ بث البرنامج أن يقدم المذيع في البرنامج المسجل وحسب المثال المذكور أغنية أرسلها المطرب "س" لمشاهديه وتقرر بعد التقديم أن يكون هناك فاصلاً إعلانيا وبعده يقوم منفذ الفترة بإعادة الشريط إلى موضع آخر، وقد تكون أغنية مطرب آخر أو مادة غير التي قدمها المذيع، ومع أن هذا الخطأ ليس خطأ المذيع بل التنفيذ إلا أن المذيع الحريص على برنامجه وسمعته يحضر بث برنامجه حتى لو كان مسجلاً قبل زمن.

2. برامج الضيف الواحد

وتستضيف هذه البرامج شخصية واحدة للتحدث عن موضوع ما، ويقوم المذيع هنا بطرح مجموعة من التساؤلات التي تقوم الشخصية بالإجابة عليها، وقد يكون هذا البرنامج اقتصادياً للتحدث عن تعويم الأسعار مثلاً وانعكاسها على الاقتصاد الوطني، وعلى المذيع أن يراعي ما يلي:

1. أن يعرف الجمهور أولاً بشخصية الضيف تعريفاً دقيقاً حقيقياً، ليتسنى لهم الإلمام بكل خطوط معرفته وقدرته.
2. أن يطرح أسئلته على الضيف بإيجاز واختزال ووضوح.
3. أن يتابع الإجابات ولا يربك ذهن مشاهده بتساؤلات إضافية كثقل خيالاته وأفكاره.
4. أن يكون حليماً عطوفاً على ضيفه، حتى لو كان الحوار استفزازياً ساخناً بجذب الجمهور.

وفي برنامج تعويم الأسعار وانعكاسها على الاقتصاد مثلاً يكمن مخزوناً استراتيجياً مذهلاً للمذيع التلفزيوني يمكنه استخدامه إذا أحسن البحث، فالمشاهد هنا هو المستهلك، والتاجر وموظف التموين، وموظفو التفتيش، والمصدر والمستورد، والوزير والنائب ورئيس الحكومة، ورجالات الاقتصاد والمال، أنهم يتابعون كل حرف ينطق، وكل ملاحظة أو نظرية أو مقولة، أن المذيع هنا يمس مشاعر واهتمام هؤلاء جميعاً، فلا بد أن ينتظر باهتمام بالغ كل الردود التي يقدمها الضيف ويناقشه بها بروية وذكاء.

3. البرامج متعددة الشخصيات:

وتستضيف هذه البرامج مجموعة من الضيوف باختلاف أفكارهم وأعمارهم ومذاهبهم، فمنهم من يؤيد موضوعاً ما ومنهم من يختلف معه، ومنهم من يتحدث عن جانب في موضوع ما ومنهم من يتحدث عن جانب آخر، ومنهم صاحب قرار صدر بشأن موضوع ما ومنهم من وقع عليه القرار وتأثر به، أنهم مجموعة متباينة المواقف، وقد تضم هذه الطريقة مجموعة من الضيوف المتفقين حول نجاح مسلسل درامي أو مسرحية وتكون الشخصيات هذه هي أبطال هذا العمل، فيتحدث كل منهم عن دوره، وتقمصه للشخصية التي مثلها.

وحيث يجد المذيع التلفزيوني نفسه في مثل هذه البرامج، نضيف إلى معرفته السابقة مايلي:

1. أن يكون مجموع الشخصيات الموجودة تغطي جميع الجوانب الفكرية للموضوع المطروح.
2. أن يكون مجموع الشخصيات المستضافة هي الحدث، أو مرتبطين به. أو متخصصين فيه، أو متأثرين على كل الأحوال.
3. أن يقيم المذيع لنفسه المعادلة الزمنية التي تضمن أن يتحدث الجميع بأريحية وفق وقت البرنامج المحدد.
4. أن يحقق المذيع هدف اللقاء أو الندوة في كل طروحاته وأسئلته ورودوها، ويبقى ضمن الخط العام الذي رسمه لنفسه.
5. أن يستعمل المذيع فناً يدعى إدارة الندوات وهو فن قائم بذاته إلى جانب عمل المذيع التلفزيوني ويتلخص في:

أ. أن تكون شخصية مدير الندوة هي الشخصية المحورية الرئيسية التي تسمح وتأذن وتمنع بذكاء وحكمة.

ب. أن يظهر عمق معرفته بالموضوع يلقي بجميع ثقله (معلوماته) كلما اقتضى الأمر أو سنحت الفرصة وبخفة ظل ودهاء.

ج. أن يظهر مدى معرفته بضيوفه من خلال تعريفهم للمشاهدين وأثناء الندوة ذاتها وخلال الحوار تذكر جوانب ومحطات هامة في حياتهم، يفاجئهم بمعرفته الدقيقة لها.

د. أن يتقن في توزيع الوقت بالتساوي وإذا تعذر فحسب أهمية الضيوف وإذا تعذر فحسب معلوماتهم، وأن لا يعط الفرصة لمن يتبجح بالمعلومات الشخصية أو المغلوطة أو غير المتفق عليها.

هـ أن لا يسمح أبداً لمن يكون صوته جهورياً ومرتفعاً ويمتلك القدرة على المقاطعة والمفاجئة في امتلاك زمام المبادرة منه واحتكار الندوة والحديث وإذا تعذر يمكن إطلاع المخرج ومهندس الصوت للعمل على تهميشه صوتاً وصورة وبأي وسيلة ممكنة

وعادة ما يتفق المذيع والمخرج في برامج الهواء على هذه الوسيلة، ومع قسوتها إلا أنها من ضروريات العمل.

ولنفترض في مثالنا هنا أن المذيع يقدم برنامجاً سياسياً عن الأحزاب الوطنية وتأثيرها على المسيرة الديمقراطية ويستضيف وزير الداخلية وأمين عام أحد الأحزاب المعتدلة واحد النواب المستقلين، وصحفي متخصص في الشؤون البرلمانية والحزبية، فإذا كان مذيعاً من النوع المستقر ذهنياً وعقليا ويمتلك القدرة الكاملة على فن إدارة الندوات إضافة لمعرفته الحقة بجوهر هذا الموضوع وتفاصيله، فإنه بلا شك سيجعل من مشاهديه وجمهوره يشتعلون على مقاعدهم يتابعون المداخلات الفنية التي تقدمها الحلقة، إما إذا أفلت زمام الامور وفي أي لحظة، فإن البرنامج سيؤول إلى متحدث واحد أو اثنين على الأكثر، يطاردون موضوعاً واحداً وقد يكون هامشياً أو فرعياً، كأن يطرح وزير الداخلية مثلاً بأن الأحزاب لم تستطع اختراق الشارع والناس البسطاء، فيتعين على أمين الحزب المعارض أن يجره للحديث عن أمثلة استطاع حزبه تحقيقها لدى الشعبين والبسطاء، فيعود الوزير إلى ان الأرقام لا تشير إلى ذلك، ولديه إثباتات تدل على هذا، فيصبح مذيعنا الأخرق، وضيوفه الباقين، مثل المشاهدين يتابعون هذه التفاصيل، وقد يتحين أحدهم الفرصة للحديث فيقاطعه الأمين المعارض ويعود لاثبات صدق ادعاءاته إلى أن ينتهي وقت البرنامج، فتتحول الكاميرا إلى صاحبنا المرتبك الجالس "كخيال مآته"، وينتبه أنه يجب عليه إلقاء التحية على المشاهدين.

أننا نذكر مثل هذه الامثلة ونحن نؤكد أن محوريه شخصية المذيع هي مفتاح النجاح وهي التي تقوده لتحقيق أهدافه.

4. البرامج مزدوجة التقديم:

وهي البرامج التي يشارك فيها إلى جانب المذيع التلفزيوني زميلاً آخر، مذيعاً تلفزيونياً، وقد يستضاف لها ضيفاً واحداً او مجموعة من الضيوف، لمحاورتهم حول

موضوع ما، ومثاله برنامج مناسبات (العيد) لأكثر من مذيع ويستقبل فنانين ومثقفين وسياسيين تتنوع اتجاهاتهم وأفكارهم وآرائهم.

ولا تختلف هذه البرامج عن سواها، إلا أن أهم ما يمكن أن يفعله المذيع أثناء الاستعداد لهذه البرامج المزدوجة التقديم، وحتى أثناء البث فهو ما يلي:

1. اعرف زميلك جيداً، تمعن فيه جيداً، في خبرته وقدرته وسرعة بديهته، معلوماته، ذكاءه الاجتماعي والمهني، رغباته، صفاته، دون سوء نية مسبقة.

2. اجلس إلى زميلك، شريكك، وناقش معه الأفكار والشخصيات جيداً، ناقش معه موضوع البرنامج، اخلصوا إلى نتائج، قرروا طريقة ما لتوزيع الوقت بينكما وعلى الحضور.

3. لا تمثل، ولا تفكر أبداً بأنك الزعيم، أو القائد، كن متواضعاً بذكاء، فالمشاهدين لن ينتبهوا إلى شيء بقدر تركيزهم على الأسلوب المزدوج، سيلاحظون بكل هدوء من التواضع الكريم، ومن المتسلق الأناني، وحاول أن تكونا متناغمين، متوازيين إلا تتقاطعان أبداً.

4. كن كريماً سمحاً مع زميلك، تابعة واستنبط من أسئلته ما يدعمها ويقولها، حتى لو اضطررت إلى تأكيدها، وإعادة صياغتها وطرحها، وفي الحد الفاصل الذي لا يؤدي لانطباع مفاده عجز زميلك وقدرتك، إنما تأكيدك ودعمك له.

5. إذا وقع زميلك بخطأ واحتاج فعلاً إلى تصحيح، أصلحه بروية عجيبة ذكية، ولن نبالغ إذا طلبنا منك أن تكون ساحراً في معالجته، اترك له وللضيوف وللمشاهدين مساحة شاسعة لإدراك تواضعك ودعمك لزميلك، وإذا وقعت بخطأ أصلحه زميلك، وحتى لو لم يكن ساحراً في إصلاحه، بادر فوراً إلى الإشادة بعمله هذا وشكرك البالغ له وأسرد قصة صغيرة وقعت لك سابقاً، اضطر فيها أحد زملاءك لتصحيحك، قصة مشوقة لا تأخذ أكثر من نصف دقيقة تشد الانتباه وتعيد لجلسة إيقاعها.

المذيع ومهارات الحديث

مهارة الحديث هي احدى اهم مفاتيح نجاحك الإعلامي وتقدمك في عملك لعدة اسباب :

1. نحن نفقد كثيراً من الوقت، والفرص، والمال، والصداقات، والعلاقات الاجتماعية، بسبب الحديث اللامبالي غير الدقيق، أكثر مما نفقده من خلال أي نشاط آخر من أنشطة حياتنا.
2. الطريقة التي نتكلم بها تدل علينا، أي تكشف عن جوانب شخصيتنا، وقيمنا وأخلاقنا، وذكائنا، أكثر مما توضحه طريقتنا في المشي أو الأكل أو اللبس أو القراءة .
3. وعندما نتحدث عن الإعلام والتأثير، فإننا في حاجة حقيقية لتعلم مهارة الحديث، حتى نتمكن من تحقيق اتصال ناجح مع الآخرين، وتحقيق هدفنا من الاتصال.
4. إن الحديث المنظم الذي يجري في مجال العمل، ومناقشات المتخصصين، والمناقشات التي تتم في الندوات والمحاضرات والمؤتمرات، والخطب والمناظرات، وفي قاعات الفصل، وفي المقابلات الصحفية، واللقاءات الإذاعية والتلفزيونية، في كل هذه الحالات لا بد لنا من التخطيط الجيد للحديث.

تخطيط الحديث المنظم

التخطيط الجيد للحديث المنظم له ثلاثة مراحل:

المرحلة الأولى: الإعداد للحديث.

المرحلة الثانية: توجيه الحديث.

المرحلة الثالثة: تقويم الحديث.

أولاً: مرحلة إعداد الحديث

1. تحديد الهدف من الحديث: بالإجابة على سؤال واضح، لماذا نتحدث ؟
2. تحديد موعد إلقاء الحديث: لضمان الاستعداد النفسي والعقلي لجميع الأطراف
3. اختيار المكان المناسب: فكل نوع من الحديث له مكان مناسب يختلف عن الآخر
4. تحديد نوعية الجمهور: فهي تفيدنا في كل جوانب الحديث
5. اختيار مادة الحديث: فلا نتحدث إلا في الموضوع الذي نعرف عنه الكثير، وتكون معلوماتنا صحيحة وجديدة وصادقة وكافية، ومتصلة بالموضوع الرئيسي

ثانياً: مرحلة توجيه الحديث

وتتضمن هذه المرحلة جوانب عديدة:

1. الثقة بالنفس
2. التعبيرات المبهجة للوجه
3. المظهر الجيد والملبس المناسب
4. حسن الاستهلال
5. العرض المنظم والمناسب
6. الاهتمام بالمستمع والحرص على اجتذابه بصرياً
7. استخدام اللغة المناسبة والسرعة المناسبة للحديث
8. التركيز على عملية تنظيم الوقت
9. تحديد الحديث بنقاط محددة وتكرارها للمستمعين
10. البدء بملخص سريع للنقاط التي سوف تناقشها
11. البدء بنقاط الإتفاق
12. تجنب التطويل
13. استخدام الجمل القصيرة
14. الخاتمة الجيدة التي تبلور الموضوع

ثالثاً: مرحلة تقويم الحديث

عملية التقويم يجب أن تكون مرافقة للحديث منذ أول مرحلة الإعداد، ثم أثناء الحديث، من خلال رجع الصدى، وبعد الحديث بإعادة الاستماع إليه، أو بالاستماع إلى ملاحظات المستمعين والمشاهدين، وبالتالي التعرف على الإيجابيات والسلبيات.

سمات المتحدث الناجح

يتمتع المتحدث الناجح بثلاثة أنواع من السمات :

أولاً: السمات الشخصية.

ثانياً: السمات الصوتية.

ثالثاً: السمات الإقناعية.

أولاً: السمات الشخصية للمتحدث الناجح

1. الصدق: فالمتحدث الصادق هو الأكثر تأثيراً في مستمعيه.
2. الموضوعية: وهي العدالة في الحكم على الأشياء، والوقوف إلى جانب الحق.
3. الوضوح: بأن تكون اللغة بسيطة والمادة منظمة ومتسلسلة منطقياً.
4. الدقة: وهو التأكد أن الكلمات التي تستخدمها تؤدي إلى المعنى الذي تقصده بعناية.
5. الحماس: وهو أن تكون تواقاً للحديث عن موضوعك، فتبدو حيوياً نشطاً متفاعلاً .
6. القدرة على التذكر: وتعني حضور الذهن أثناء الحديث.
7. الاتزان الانفعالي: أن يكون المتحدث متحكماً في انفعالاته .
8. المظهر: يعكس المظهر مدى رؤية المتحدث لنفسه والطريقة التي ينظر بها الآخرون إليه.

9. القدرة على التعبير الحركي: وهي التي تسمى لغة الجسد، ولها أثر كبير جداً في نجاح الحديث.

ثانياً: السمات الصوتية للمتحدث الناجح

1. النطق بطريقة صحيحة.
2. وضوح الصوت.
3. تنويع سرعة الحديث.
4. استخدام الوقفات.

ثالثاً: السمات الإقناعية

الإقناع هو كسب تأييد الأفراد لرأي أو موضوع أو وجهة نظر معينة، وذلك عن طريقة تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لوجهة النظر، بما يحقق الاستجابة لدى الأفراد .

والمقدرة الإقناعية لدى المتحدث الناجح تتضمن مجموعة من السمات وهي:

1. القدرة على العرض والتعبير.
2. القدرة على التحليل والابتكار.
3. القدرة على الضبط الانفعالي.
4. القدرة على تقبل النقد.

مستلزمات الحديث المؤثر

يمكن تحديد مستلزمات الحديث المؤثر في إطار ثلاثي الأبعاد يتضمن ما يلي :

أولاً: مستلزمات متعلقة بالمتحدث.

ثانياً: مستلزمات متعلقة بجمهور المستمعين ويضعها المتحدث في اعتباره.

ثالثا: مستلزمات متعلقة بالبناء اللغوي للحديث.

أولاً: المستلزمات المتعلقة بالمتحدث

1. الاستهلال الجديد والختام الجيد.
2. استخدام أكبر قدر ممكن من الحواس.
3. السيطرة على دفة الحديث.
4. تعلم حسن الاستماع.
5. تجنب تقليد الآخرين.
6. الحرص على رجع الصدى.
7. الاتجاه الطيب نحو الجمهور.
8. الحرص على التلقائية.
9. الإقرار والاعتراف بالخطأ .

ثانياً: مستلزمات متعلقة بالجمهور يضعها المتحدث في اعتباره

1. معرفة اتجاهات المستمعين وميولهم تجاه الفكرة أو الموضوع.
2. البدء بنقاط الاتفاق.
3. معالجة الأفكار المستترة.
4. احترام آراء الآخرين.
5. اجعل الآخر يشعر بأهميته.
6. دع الآخر يشعر أن الفكرة فكرته.
7. إسأل الآخر بدلاً من إلقاء الأوامر .
8. لا تجادل.
9. توسل بالرفق واللين.

ثالثاً: مستلزمات متعلقة بلغة البناء المنطقي للحديث

1. دعم الجوانب الإيجابية لدى الآخر.
2. عدم الاستطراد.
3. حشد وسائل التأثير المختلفة.
4. تنويع طرق المعالجة.
5. تجنب الأخطاء أو السقطات المنطقية، مثل الخلط بين الرأي والحقيقة، أو التعميم، أو التسرع في إصدار الأحكام، أو عرض الأدلة في غير سياقها.. الخ

أهم المراجع

1. د. محمد عوض: دور التلفزيون العربي في التن-
2. د. جيهان رشتي: الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون.
3. د. فوزية فهيم: التلفزيون فن.
4. د. أنيس فهمي: الأخبار والندوات في التلفزيون.
5. د. محمد معوض: المدخل إلى فنون التلفزيون.
6. موري هيرين: أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ.
7. كارولين لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون.
8. د. يوسف مرزوق: حرفية الفن الإذاعي.
9. د. عبد الرحمن عدس، د. محي الدين توق: علم النفس العام.
10. الاخراج الاذاعي من الدراما الى النقل الخارجي -ترجمة احمدنوري -دار الكتاب الجامعي - فلسطين 2005 .
11. الانتاج الاذاعي المعاصر البرمجة والاداء -ترجمة احمد نوري -دار الكتاب الجامعي -فلسطين 2005 .
12. اسس ومعايير الانتاج الاذاعي والتلفزيوني -احمد عقاب.
13. اتجاهات حديثة في انتاج البرامج الاذاعية د.بركات عبد العزيز .
14. فنون ومهارات العمل في الاذاعة والتلفزيون -علي عبد الرحمن -الهيئة المصرية العامة للكتاب -2010 .
15. الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلامة الحديثة -تأليف روبرت هالارد -ترجمة مؤيد حسن فوزي -دار الكتاب الجامعي -الامارات -2003 .

الإعداد والتقديم
الإذاعي والتلفزيوني





9789957626983



هاتف : 962 6 537 9095 -
موبايل : 962 77 537 6664 -
962 79 990 0035 -
962 78 808 1427 -
ايميل : daralmuotaz.pup@gmail.com
عنوان : شارع الجامعة الأردنية - جسر كلية الزراعة -